



TUGAS AKHIR - RD141558

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL MUSEUM ANAK KOLONG TANGGA

Mahasiswa :

Zahra Chairunnisa Nazam

3411100161

Dosen Pembimbing :

Senja Aprela Agustin, ST, M.Ds

19830410 200601 2001

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Jurusan Desain Produk Industri

Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan

Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Surabaya

2015



TUGAS AKHIR - RD141558

VISUAL IDENTITY DESIGN OF MUSEUM ANAK KOLONG TANGGA

Name :

Zahra Chairunnisa Nazam

3411100161

Conselor Lecture :

Senja Aprela Agustin, ST, M.Ds

19830410 200601 2001

VISUAL COMMUNICATION DESIGN

Department of Industrial Product Design

Faculty of Civil Engineering and Planning

Sepuluh Nopember Institute of Technology

Surabaya

2015

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL MUSEUM ANAK KOLONG TANGGA

TUGAS AKHIR

Disusun untuk Memenuhi Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Teknik (S.T.)
Pada
Bidang Studi Desain Komunikasi Visual
Program Studi S-1 Jurusan Desain Produk Industri
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh :

ZAHRA CHAIRUNNISA NAZAM

NRP. 3411100161

Surabaya, 27 Juli 2015

Periode Wisuda : 112 (September 2015)

Mengetahui,

Ketua Jurusan Desain Produk Industri



Drs. Taufik Hidayat, M.T.

NIP. 19580218 198701 001

Disetujui,

Dosen Pembimbing Tugas Akhir



Senja Aprela Agustin, ST, M.Ds

NIP. 19830410 200601 2001

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL MUSEUM ANAK KOLONG TANGGA

Nama Mahasiswa : Zahra Chairunnisa Nazam
NRP : 3411100161
Prodi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas Desain dan Industri Kreatif
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Dosen Pembimbing : Senja Aprela Agustin, S.T, M.Ds

Abstrak

Dalam upaya menunjang pembangunan *image* museum, Museum Anak Kolong Tangga membutuhkan rancangan identitas sebagai tanda pengenal dan pembeda dengan museum yang lainnya, yang mampu mewakili citra, visi dan misi museum. Identitas adalah persepsi yang diciptakan oleh perusahaan, perorangan, ataupun ide yang disampaikan melalui bentuk visual (Sean Adam 2004).

Proses perancangan ini dilakukan dengan beberapa tahap melalui studi pengumpulan data melalui wawancara dengan narasumber yakni sang kurator, observasi museum, mengidentifikasi masalah museum, studi konsep dan kriteria desain, implementasi desain dalam penerapan media hingga pada akhirnya yakni desain akhir. Adapun konsep desain yang akan dibuat pada logo adalah logo dengan menggunakan pendekatan bentuk dan benda dari mainan-mainan tradisional Begitu pula dengan desain elemen lainnya dan penerapan identitas pada media di Museum Anak Kolong Tangga, warna dan tipografi juga menonjolkan sifat tradisional.

Perancangan identitas visual Museum Anak Kolong Tangga meliputi elemen visual yang diterapkan kedalam media identitas, meliputi logo, tipografi, warna dan elemen lainnya. Media yang digunakan meliputi *stationary, office marketing & connection tools*, dan *environmental graphic design*.

Kata kunci : **Desain identitas visual, Museum Anak Kolong Tangga**

VISUAL IDENTITY DESIGN OF MUSEUM ANAK KOLONG TANGGA

Name : Zahra Chairunnisa Nazam
NRP : 3411100161
Learning Program : Desain Komunikasi Visual
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Conselor Lecture : Senja Aprela Agustin, S.T, M.Ds

Abstract

In an effort to support the construction of the museum image, identity design is required as identification and differentiation with other museums, which is able to represent the image, vision and mission of the museum. Identity is the perception created by companies, individuals, or ideas conveyed through visual form (Sean Adam 2004).

Design process carried out by several phases through the data study, interview with a curator of museum, museum observation, problems identify, concept study and design criteria, design implementation in many media applications and final design. Design concept was from forms approach and objects of traditional toys, applied on the other elements of design and implementation of identity such as color, typography, and typography

The visual identity design of museum include visual elements into media identity, including logo, typography, color and other elements, media used include stationary, office marketing and connection tools, and environmental graphic design.

Keywords: *Visual identity design, Museum Anak Kolong Tangga*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan hikmat yang diberikan karena rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan mata kuliah Tugas Akhir yang berjudul **'Perancangan Identitas Visual Museum Anak Kolong Tangga'**.

Penulis bersyukur atas berbagai bantuan dan dukungan dalam penyelesaian tugas akhir ini, untuk itu pada kesempatan ini penulis menghaturkan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk menyelesaikan laporan mata kuliah Tugas Akhir hingga selesai.
2. Kedua Orang Tua, beserta adik yang tak henti-hentinya memberikan semangat dan kasih sayang yang luar biasa kepada penulis.
3. Ibu Senja Aprela Agustin, ST, M.Ds selaku dosen pembimbing.
4. Bpk. Sayatman, S.Sn, M.Si ; Bpk. Bambang Mardiono Soewito, SSn, M.Sn, dan Bpk. R. Eka Rizkiantono, SSn, M.Ds, serta Ibu Nurina Orta Darmawati, ST, M.Ds selaku dosen penguji mata kuliah Tugas Akhir kuliah DKV 5.
5. Seluruh Dosen dan Karyawan program studi Desain Komunikasi Visual (DKV) Jurusan Desain produk industri ITS.
6. Muhammad Danang Prasetyo yang selalu setia dengan dukungan, motivasi dan doa yang diberikan. Lolita Ratna Dewi, Gitarexa Mulya Pratama, Achnita Banis Ramadhani, Faradilla Rahma Fabrianne, dan teman-teman perkuliahan yang membantu penulis dengan saran, dukungan dan motivasi untuk penulis.
7. Semua pihak lain yang tidak mungkin disebutkan semua yang telah membantu penulis, baik secara langsung maupun secara tidak langsung.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberkati dan membalas semua kebaikan yang telah dilakukan. Penulis menyadari masih banyak yang dapat dikembangkan pada tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis menerima setiap masukan dan kritik yang diberikan. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat.

Surabaya, 2015

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TUGAS AKHIR	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR GAMBAR	ix
DATA GRAFIK, BAGAN, DAN TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Batasan Masalah	10
1.4 Rumusan Masalah	10
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	11
1.6 Tujuan Penelitian.....	11
1.7 Manfaat Penelitian	11
1.8 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Subjek Perancangan Desain	15
2.1.1 Definisi Museum Mainan dan Permainan Tradisional Anak	15
2.1.2 Profil Museum Anak Kolong Tangga	18
2.2 Landasan Teori	22
2.2.1 Identitas visual terintegrasi.....	22
2.1.2 Diferensiasi pada indentitas visual.....	23
2.1.2 Komponen Identitas Visual	24
2.7 Studi Eksisting	39

2.7.3 Identitas Visual Museum Anak Kolong Tangga	39
2.7.4 Penerapan identitas pada media	42
2.8 Studi Komparator	46
2.8.1 Profil Museum Wayang.....	46
2.8.2 Identitas Visual Museum Wayang.....	47
2.8.3 Profil Mint Museum of Toys.....	51
2.8.4 Identitas Visual Mint Museum of Toys.....	52
BAB III METODE PENELITIAN	55
3.1 Metode Penelitian	55
3.1.1 Jenis dan Sumber Data.....	55
3.1.2 Tahap Penelitian	56
3.2 Metode Perancangan Konsep Desain	59
3.2.1 Analisa Bentuk	59
3.2.2 Analisis Benda Koleksi Museum.....	60
3.2.3 Metode Kreatif.....	62
3.3 Analisa Data	63
3.4 Bagan Proses Riset dan Pengolahan Data	65
BAB IV KONSEP DESAIN	67
4.1 Deskripsi Perancangan.....	67
4.2 Konsep dan Kriteria Desain.....	67
4.2.1 Media Penerapan Identitas.....	69
4.3.2 <i>Keyword</i>	74
4.3.3 Makna Denotasi <i>Keyword</i>	75
4.3.4 Makna Konotasi <i>Keyword</i>	75
4.4 Proses Desain	76
4.4.1 Studi dan Analisa <i>Word List</i>	76
4.4.2 Analisa Benda.....	76
4.4.2 Metode Kreatif.....	78
4.4.3 Proses desain	79
4.4.3 Kriteria Tipografi	88
4.4.4 Kriteria Warna.....	91

4.4.5 Susunan <i>Brandmark</i> dan <i>Logotype</i>	93
4.4.6 Desain akhir logo Museum Anak Kolong Tangga	93
4.4.5 Elemen lainnya	96
4.5 Bagan Proses dan Pengolahan Desain	101
BAB V IMPLEMENTASI DESAIN	103
5.1 Logo	103
5.1.1 Bentuk dan Proporsi.....	103
5.1.2 Warna	105
5.1.3 Font	105
5.1.4 Elemen lainnya.....	106
5.2 Aplikasi Identitas Visual Pada Media.....	111
5.2.1 <i>Graphic Standart Manual</i>	111
5.2.2 <i>Stationary</i>	112
5.2.3 <i>Seragam</i>	116
5.2.3 <i>Marketing and Connection Tools</i>	118
5.2.4 <i>Environmental Graphic Design</i>	128
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	131
6.1 Kesimpulan	131
6.1.1 Kesimpulan dari Segi Konsep Perancangan.....	131
6.1.2 Kesimpulan dari Segi Perancangan Visual.....	131
6.2 Saran	131
6.2.1 Saran dari Segi Konsep Perancangan	131
6.2.2 Saran dari Segi Perancangan Visual	132
DAFTAR PUSTAKA.....	133
LAMPIRAN	137
BIODATA PENULIS	141

DATA GRAFIK, BAGAN, DAN TABEL

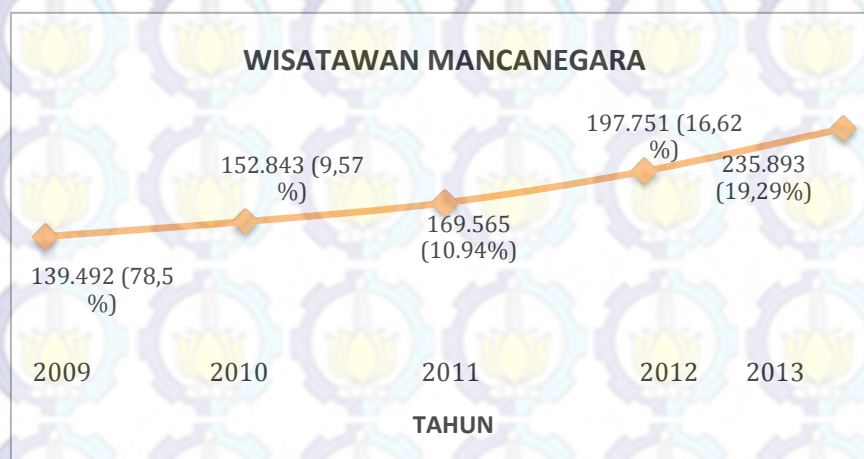
Grafik 1.1 Grafik pertumbuhan kunjungan wisatawan mancanegara ke DIY Tahun 2009-2013.....	1
Grafik 1.2 Grafik pertumbuhan kunjungan wisatawan ke DIY Tahun 2009-2013	2
Bagan 2.1 Bagan manajemen museum	21
Bagan 3.3 Bagan alur perancangan	66
Bagan 4.1 Bagan <i>Keyword</i>	74
Bagan 4.2 Bagan <i>word list</i>	76
Bagan 4.4 Bagan word list.....	87
Bagan 4.5 Proses pengembangan desain.....	102
Tabel 2.1 Bentuk dan respon psikologi.....	30
Tabel 2.2 Warna dan makna warna	34
Tabel 2.3 Penerapan identitas museum.....	45
Tabel 3.1 Bentuk dan respon psikologi	60
Tabel 3.2 Bagan analisa bentuk maian tradisional.....	62
Tabel 4.1 Bagan <i>Brand touchpoint wheel</i>	64
Tabel 4.2 Bagan <i>Brand touchpoint wheel</i> Museum Anak Kolong Tangga.....	64
Tabel 4.3 Penerapan identitas	74
Tabel 4.5 Analisa benda koleksi museum yaitu Gasing.....	87
Tabel 4.5 Analisa bentuk dan respon psikologi.....	88

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pendidikan non-formal dapat kita pelajari dalam kehidupan sehari-hari dengan berkunjung ke tempat-tempat yang memberikan pelajaran seperti museum, taman belajar maupun *workshop* atau kegiatan latihan. Museum merupakan lembaga yang diperuntukkan bagi masyarakat umum. Museum berfungsi mengumpulkan, merawat, dan menyajikan serta melestarikan warisan budaya masyarakat untuk tujuan studi, penelitian dan kesenangan atau hiburan (Ayo Kita Mengenal Museum 2009). Daerah Yogyakarta menjadi pusat pariwisata di Indonesia yang didalamnya terdapat banyak museum. Yogyakarta memiliki peninggalan seni-budaya yang masih terpelihara dengan baik dan dapat disaksikan di monumen-monumen peninggalan sejarah dan budaya (Candi Prambanan dan Ratu Boko, Kraton Kasultanan Yogyakarta Hadiningrat), Kota tua, Kota Gedhe, Makam Raja-raja Mataram di Imogiri, beberapa Museum dan adat istiadat serta kesenian tradisional.

Pada grafik dibawah, menunjukkan jumlah wisatawan baik mancanegara dan nusantara yang terus-menerus meningkat dari tahun 2009 hingga 2013¹.



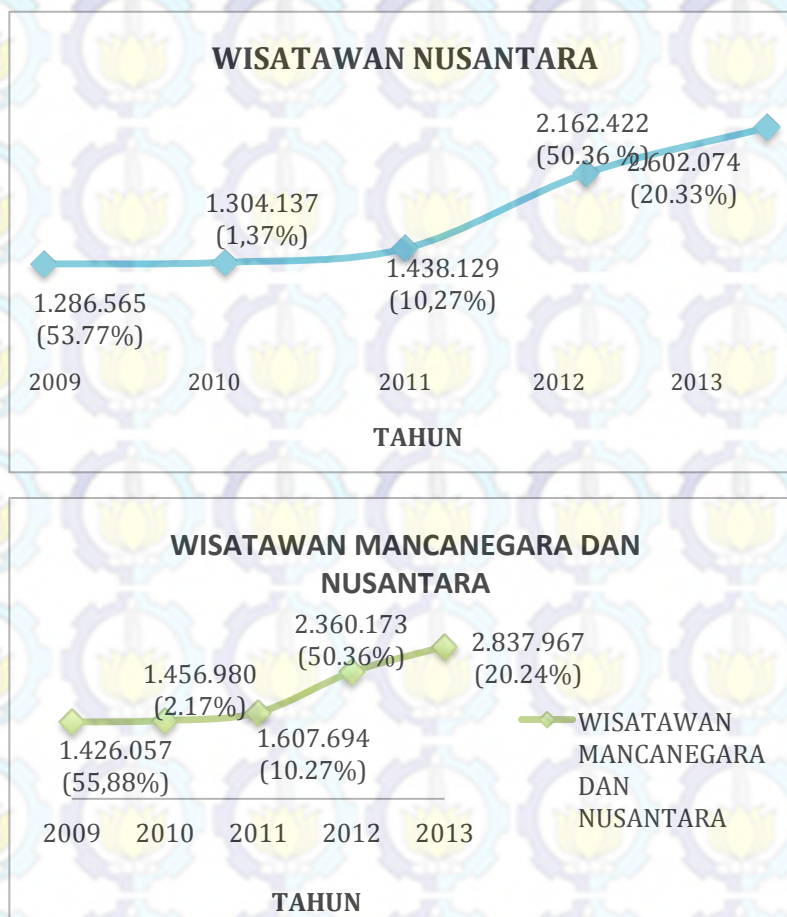
Grafik 1.1 Grafik pertumbuhan kunjungan wisatawan mancanegara ke DIY Tahun 2009-2013²

¹ Daerah Istimewa Yogyakarta. *Statistik Kepariwisata 2013*. Daerah Istimewa Yogyakarta : Author, 2013.

² Daerah Istimewa Yogyakarta. *Statistik Kepariwisata 2013*. Daerah Istimewa Yogyakarta : Author, 2013.

Angka pertumbuhan wisatawan tersebut dikarenakan oleh beberapa faktor, DIY terkenal sebagai kota pendidikan dan pariwisata. Masyarakat kota ini telah teredukasi agar mampu melayani para wisatawan lokal maupun mancanegara, selain itu banyak macam akomodasi yang disediakan pemerintah untuk menunjang kegiatan wisatawan di kota ini.

Jumlah wisatawan yang terus menerus bertambah membuat Yogyakarta menjadi salah satu tempat wisata incaran di Indonesia, terlihat bahwa kota ini tidak pernah sepi dari pengunjung. Segalanya dibuat mudah menjadikan tidak sedikit pengunjung yang datang akan menetap satu bulan hingga dua tahun di Kota Yogyakarta ini. Wisata museum juga menjadi pilihan yang tidak kalah menarik didatangi selain wisata candi, makam dan monumen sajarah lainnya.



Grafik 1.2 Grafik pertumbuhan kunjungan wisatawan ke DIY Tahun 2009-2013

Wisatawan nusantara terlihat lebih dominan untuk datang ke museum yang ada di Yogyakarta dibandingkan dengan wisatawan mancanegara, namun hal ini juga dapat dijadikan peluang pariwisata yang menarik perhatian orang asing apabila perhatian pemerintah maupun swasta terus ditingkatkan kepada keadaan museum di Yogyakarta saat ini. Terdapat 10 besar museum yang paling sering dikunjungi wisatawan di Kota Yogyakarta dari total 31 museum yang ada di DIY, yakni Museum Affandi, Museum Ullen Sentalu, Museum Sasana Wiratama, Museum Benteng Vrederburg, Museum Sasmitaloka, Museum Monjali, Museum Biologi UGM, Museum Wayang Kekayon, Museum Puro Pakualaman, Museum Batik Yogyakarta, museum tersebut adalah 10 dari museum terkenal dari 31 museum lain yang ada di Yogyakarta. Dari museum yang ada, terdapat salah satunya adalah museum swasta yang menjadi museum mainan anak satu-satunya di Indonesia, yaitu Museum Anak Kolong Tangga. Berdiri dikawasan yang tidak pernah sepi pengunjung, Taman Budaya Yogyakarta atau yang lebih sering disingkat menjadi TBY dekat dengan kawasan malioboro museum ini didirikan pada 2 Februari 2008 dengan koleksinya berupa mainan anak tradisional. Dibangunnya museum ini merupakan upaya menjaga dan melestarikan permainan tradisional anak dengan menghadirkan kembali pengetahuan mengenai permainan tersebut. Permainan tradisional merupakan warisan yang mengandung nilai-nilai kebudayaan yang ada dalam masyarakat.

Museum ini berdiri dibawah pengawasan Yayasan Dunia Damai yaitu sebuah yayasan yang dikhususkan untuk keberadaan anak. Koleksi mainan di Museum Anak Kolong Tangga ini bukanlah mainan modern hasil pabrikan, tetapi mainan anak tradisional asli buatan tangan yang mengandung unsur budaya, tradisi, dan mitos pada jamannya, seperti : kuda-kudaan kayu, mainan motor dari kayu, miniatur rumah-rumahan mainan, boneka dari kayu atau plastik, celengan tanah liat, sepeda roda tiga, kuda kepang, congklak, egrang, kartu gambar yang sisi belakangnya terdapat rambu lalu lintas, komik silat, gasing dari dalam dan luar negeri, mainan yang terbuat dari kertas dan masih banyak lainnya. Museum ini menjadi tempat edukasi berbagai macam jenis mainan, permainan, dokumen dan foto-foto didalamnya. Museum hadir sangat bertolak belakang dengan keberadaan teknologi yang menggentyangi anak-anak saat ini seperti *gadget* dan mainan modern lainnya yang berkembang seiring perkembangan teknologi. Museum hadir

dalam harapan bahwa anak dapat mengenal dan mengingat kembali tentang betapa kayanya pembelajaran dan nilai budaya yang dapat diraih dengan cara bermain permainan tradisional yang telah diwariskan oleh nenek moyang kita.



Gambar 1.1 Museum Anak Kolong Tangga
(Sumber : Dokumen pribadi)

Di negara lain saat ini sudah terdapat beberapa museum mainan seperti Mint Museum of toys di Singapura, Museum of Toy di New York yang cukup menarik untuk di kunjungi.

mint
museum of toys



Gambar 1.2 Mint museum of toys
(Sumber : www.emint.com)



Gambar 1.3 The Toy Museum of NY
(Sumber : www.toymuseumny.com)

Museum tersebut memiliki diferensiasi dengan museum yang lainnya, sehingga dapat dilirik pengunjung untuk datang. Museum di luar negeri dapat berdiri dan menonjol ditengah museum lain, cermat menarik perhatian pengunjung dengan daya jualnya sebagai museum mainan. Selain itu terdapat fasilitas dengan desain mendukung. Karena pada saat ini tidak sedikit yang berpendapat bahwa pergi ke museum adalah berwisata sambil melakukan kegiatan edukasi. Sehingga museum dituntut untuk memberikan sarana dan prasarana demikian sehingga menarik minat pengunjung. Berbeda dengan museum mainan di Indonesia, yang menjadi satu-satunya museum mainan dan terletak di DIY, namun sepi pengunjung.

Dalam sebuah pertemuan pada tahun 2010, membahas mengenai perlunya usaha revitalisasi museum, museum tidak hanya menjadi tempat penyimpanan barang bersejarah saja, namun juga menjadi ruang tamu dan pembelajaran, bertukar pikiran, hingga pusat komunitas untuk mencapai tujuan mereka³. Sebuah gerakan dengan nama Gerakan Cinta Museum juga berpendapat demikian, gerakan ini fokus pada pembinaan museum agar dapat direvitalisasi dan berkembang kearah yang lebih baik lagi

Pada Museum Anak Kolong Tangga yang sedang dalam masa peningkatan mutu museum, dengan membuat beberapa pedoman yang dijadikan langkah baik museum untuk kedepannya. Museum memiliki kesadaran akan menciptakan citra yang baik dimata masyarakat. Senantiasa membawa museum ke arah yang lebih

³"Revitalisasi Museum, par 4" <http://kemdikbud.go.id/kemdikbud/berita/214>

baik dan lebih mengenalkan museum kepada masyarakat, memperkuat identitas museum menjadi langkah awal yang dapat dilakukan agar citra museum dapat dipahami, begitu pula dengan visi misi museum dapat dilihat oleh masyarakat karena identitas merupakan gambaran awal saat atau jalan awal sebuah individu mengenal sesuatu. Upaya membangun identitas tersebut dilakukan museum, namun terlihat kurangnya integritas yang dapat menjadi benang merah kita masyarakat melihat museum. Museum yang bersebelahan langsung dengan Taman Pintar Yogyakarta yang menjadi tempat wisata nomer dua yang sering dikunjungi justru sepi pengunjung.

Identitas museum yang saat ini dibangun tidak dapat memvisualisasikan citra yang dimaksudkan oleh museum. Dapat dilihat dari logo yang digunakan Museum Anak Kolong Tangga saat ini, dari hasil wawancara dengan kurator, dalam pembuatan logo tersebut, tidak memiliki arti yang jelas, logo hanya sekedar saja membuatnya.



Gambar 1.4 Logo Museum Anak Kolong Tangga

Pada tatanan sistem visual masih kurang berperan menjadi alat pembeda dan identitas museum diantara museum lainnya. Hal ini mengakibatkan *image* museum yang positif beralih haluan menjadi kurang menarik minat pengunjung untuk lebih dekat dan mencintai museum ini. Ditambah penerapan identitas dan turunannya yang terlihat kurang menarik tidak mencerminkan museum mainan anak jika dibandingkan dengan museum dengan jenis yang sama di luar negeri. Selain masalah desain, masalah lainnya juga dialami oleh museum, seperti masalah internal ketika akan melakukan pemugaran museum, serta kerusakan yang terjadi pada benda museum akibat tidak cukupnya kapasitas ruang pada gudang museum. Beberapa prinsip penting telah digarap dan dilakukan dalam langkah demi langkah

oleh museum untuk membangun citra museum lebih kuat lagi, agar pesan yang ingin disampaikan museum lebih sampai ke masyarakat. Dalam langkah membangun *image* museum lebih baik, tidak berbanding lurus dengan *brand identity* yang kuat.



Gambar 1.5 Media Museum Anak Kolong Tangga tanpa penerapan identitas yang terintegrasi

Sedangkan hal tersebut memegang peranan penting untuk membangun citra yang baik. Untuk dapat mengemas nilai dari Museum Anak Kolong Tangga, maka dibutuhkan identitas visual yang merupakan bagian dari *brand identity*. Sehingga mampu menggambarkan kepribadian dan ciri khas museum yang bisa bersaing dan mempunyai diferensiasi dibandingkan museum dan objek wisata lainnya.

Selain menjadi tempat yang bersifat edukatif, museum tentu saja menjadi daya tarik tersendiri dalam kunjungan orang asing ketika pergi ke Yogyakarta. Kebanyakan yang datang ke Museum Anak Kolong Tangga adalah rekan dari sang kurator, Rudi Corens. Mereka banyak datang dari negara Belanda dan Belgia. Tidak hanya itu dalam wawancara penulis, bapak Rudi Corens menjabarkan bahwa nantinya akan datang beberapa orang asing dari Belanda dan Belgia untuk menjadi guru dan voluntir di Museum Anak Kolong Tangga tersebut. Komitmen mendidik anak bangsa lewat mainan dan permainan serta buku dan foto masa lalu yang ditujukan untuk anak masa kini menjadi semangat museum untuk terus menerus

melakukan yang terbaik juga dalam menghadapi masalah internal yang terus menerus menjadi tugas bagi sang kurator. Lewat kerjasama dengan yayasan dan komunitas dibawah pengawasan Yayasan Dunia Damai, Museum Anak Kolong Tangga mengadakan acara-acara khusus demi mengambil perhatian masyarakat agar melihat jauh tentang keberadaan dan eksistensi museum di benak masyarakat. Acara tersebut berupa kunjungan museum, *talk show*, pameran, dan *workshop*. Selain itu museum juga merotasi koleksi dengan kurun waktu 6 bulan sekali dalam setahun. Dalam upaya meningkatkan kualitas museum, terdapat rencana yang telah disusun untuk membangun museum lebih luas dan besar lagi. Hal tersebut terdapat dalam buku prinsip museum untuk tahun kedepan. Meninjau masa depan museum yang senantiasa terus menerus menginginkan bergerak kearah yang lebih baik, seiring dengan prinsip dan ketentuan museum juga dengan pengembangan masa depan museum yang telah dirancang. Penulis melakukan perancangan yang dapat dijadikan solusi museum dalam menatap masa depan. Integritas identitas visual museum merupakan salah satu langkah awal agar mampu bersaing dengan keberadaan museum lain khususnya di Yogyakarta dan mampu menjadi alat pembeda secara visual yang sifatnya menarik dan mewakili citra museum secara visual, dapat dilihat langsung secara kasat mata. Identitas visual menjadi pembeda visual dalam kesatuan khusus dalam membangun persepsi seseorang terhadap suatu hal.

“How design can aid the development and implementation of strategy, focusing specifically on products in which design is likely to be an especially important function – cultural products and services. Following a discussion of how design may be used strategically in general, we have previously studied exemplars from a selection of cultural products and services in order to develop a model of the contingent role of design in our chosen cultural sectors: performing arts, fashion, museums, galleries, and publishing. Design is intrinsic to these sectors because it is an inherent aspect of the aesthetic or symbolic qualities of the product. Moreover, design has a number of strategic applications beyond the product itself, mainly because it informs emotional experiences linked to: the creation and physical nature of an ambience; the formation of an identity that people wish to share; the coordination of pre-established events and pathways that lead to particular

experiences; the promotion of a “star” artist; and the engagement with brands, among other applications” (Rieple & Pitsaki, 2011). Menurut Rieple dan Pitsaki, desain dapat menjadi pembangun dari sektor budaya, karena desain dapat bergerak melebihi kinerja museum itu sendiri. Seperti penggerak masa secara intrinsik bagi sektor produk budaya seperti pantas seni, museum, galeri, dan fesyen. Identitas adalah termasuk kedalam proses *branding* yakni suatu disiplin proses untuk membangun kesadaran akan suatu *brand* dan untuk memperpanjang loyalitas pelanggan atau pengunjung. Seperti halnya saat berkenalan dengan orang lain, yang pertama kali dilihat adalah penampilan fisiknya, setelah itu akan timbul persepsi penilaian keseluruhan terhadap hal tersebut. Dibutuhkan seperangkat atribut lainnya untuk menjaga konsistensi penerapan berbagai media pada museum, karena penerapan yang konsisten dapat meningkatkan kepekaan dan kepedulian pengunjung museum.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka masalah dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut :

Masalah desain :

1. Rencana pembenahan Museum Anak Kolong Tangga baik dari segi luas, *image*, hingga tatanan museum dengan menambahkan ruang teater, galeri seni dengan tema yang dibedakan satu dengan lainnya. Selain itu, museum juga ingin menambahkan fungsi dengan membangun perpustakaan riset berisikan buku koleksi sang kurator dan banyak buku lainnya bertemakan anak dan mainan.⁴
2. Rencana meningkatkan *image* Museum Anak Kolong Tangga *image* agar mampu menjadi ruang belajar dan bermain bagi anak untuk lebih mengenal mainan-mainan tradisional⁵
3. Museum Anak Kolong Tangga satu-satunya dengan daya tarik pada benda museum yakni mainan tradisional di Indonesia masih belum dikenal oleh masyarakat, padahal berada di kota Yogyakarta yang merupakan daerah dengan

⁴ Hasil wawancara dengan Bapak Rudi Corens. Kurator Museum Anak Kolong Tangga. 10 November 2014.

⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Rudi Corens. Kurator Museum Anak Kolong Tangga. 10 November 2014.

jumlah museum terbanyak dan pengunjung museum terbanyak pula di wilayah Indonesia⁶.

4. Identitas visual yang ada pada Museum Anak Kolong Tangga saat ini tidak dalam sistem yang konsisten dan maksimal, seperti dalam penggunaan media-media yang bersifat visual pada Museum Anak Kolong Tangga sehingga belum mampu menjadi alat bersaing dengan museum dan objek wisata lain⁷.

Masalah non-desain :

5. Museum Anak Kolong Tangga akan mendatangkan guru dan beberapa tenaga kerja ahli dari Belanda dan Belgia.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan masalah yang ditemukan di atas, maka akan dibuat batasan masalah untuk membatasi penelitian yang dilakukan. Berikut adalah batasan-batasan masalah didalam penelitian ini :

1. Perancangan fokus pada perancangan ulang identitas visual pada Museum Anak Kolong Tangga
2. Perancangan fokus pada identitas visual baik dalam logo dan implementasinya pada *office media, marketing & connection tools*, dan *environmental graphic design*.
3. Perancangan tidak menghasilkan elemen-elemen yang tidak bersifat desain komunikasi visual, seperti pembentukan kinerja dan proses promosi sebagai pendukung citra Museum Anak Kolong Tangga.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “ Bagaimanakah merancang identitas visual Museum Anak Kolong Tangga yang terintegrasi dengan baik mencerminkan citra museum sebagai museum mainan dan permainan tradisional anak ? ”

⁶ Hasil wawancara dengan Bapak Rudi Corens. Kurator Museum Anak Kolong Tangga. 10 November 2014.

⁷ Hasil observasi Museum Anak Kolong Tangga. 10 November 2014.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, ruang lingkup dari penelitian ini meliputi :

1. Studi terhadap Museum Anak Kolong Tangga
2. Studi terhadap perencanaan pengembangan Museum Anak Kolong Tangga
3. Studi bentukan, meliputi elemen-elemen grafis yang bersangkutan dengan identitas yakni *office*, *marketing & connection tools*, dan *environmental graphic design*.
4. Tinjauan pustaka, meliputi beberapa buku literatur sebagai landasan teori dan data untuk memperkuat data penyusun
5. Studi eksisting dan komparator, sebagai acuan dalam perbandingan desain dalam perancangan.

1.6 Tujuan Penelitian

Lewat penelitian ini, tujuan yang penulis harapkan adalah :

1. Merancang identitas visual pada Museum Anak Kolong Tangga
2. Memberikan pembedaan secara visual dengan museum yang ada di Indonesia, terutama di Yogyakarta, Jawa Tengah
3. Mengkomunikasikan pesan visi misi museum untuk mengenalkan budaya lewat permainan dan mainan anak tradisional.
4. Menciptakan hubungan personal antara masyarakat dengan Museum Anak Kolong Tangga

1.7 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki manfaat, baik bagi perusahaan, dunia akademis dan masyarakat luas.

Bagi pihak Museum Anak Kolong Tangga, hasil penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut : bermanfaat sebagai bahan masukan dalam rencana pengembangan museum, sehingga diharapkan hasil dari perancangan ini dapat memberikan nilai tambah pada perkembangan Museum Anak Kolong Tangga kedepannya. Identitas visual bermanfaat untuk menunjukkan identitas Museum Anak Kolong Tangga, sebagai pembeda visual dengan museum lainnya.

Bagi dunia akademis, khususnya Program Studi Desain Komunikasi Visual di perguruan tinggi, hasil penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut : sebagai bentuk pembelajaran untuk mengembangkan pengetahuan dan studi yang mendalam mengenai identitas visual serta sebagai sebuah hasil karya yang mempunyai nilai positif dan manfaat. Hasil penelitian dapat dijadikan bahan acuan untuk tugas tentang identitas visual, terutama bagi museum lain.

Bagi masyarakat umum, hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut : agar masyarakat dapat mempunyai asosiasi yang positif terhadap Museum Anak Kolong Tangga. Mempermudah masyarakat untuk mengingat Museum Anak Kolong Tangga.

1.8 Sistematika Penulisan

1. BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat dan sistematika penulisan dalam perancangan identitas visual Museum Anak Kolong Tangga.

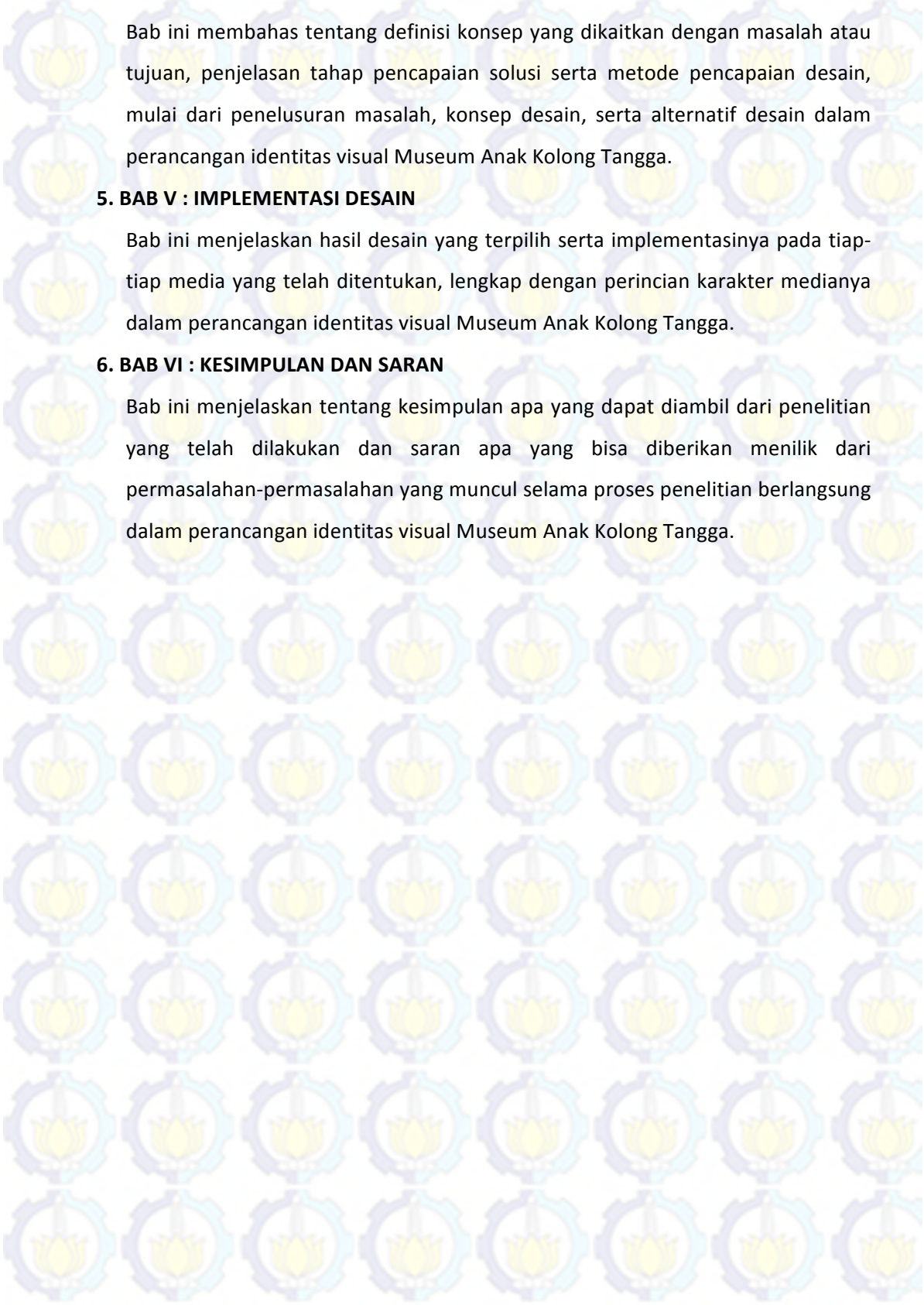
2. BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang teori-teori yang digunakan untuk mendukung penyelesaian masalah atau pencapaian tujuan. Pembahasan akan studi kasus dari komparator dan kompetitor dari Museum Anak Kolong Tangga yang dijadikan acuan dalam perancangan serta sebagai bahan studi dan evaluasi desain dalam kebutuhan desain perancangan dalam perancangan identitas visual Museum Anak Kolong Tangga.

3. BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang gambaran atau wacana yang lebih detail mengenai subyek desain dan kaitannya dengan masalah dan tinjauan tentang produk eksisting, metode riset dan desain, teknik, jenis dan sumber data, serta metode penelitian yang digunakan dalam perancangan identitas visual Museum Anak Kolong Tangga.

4. BAB IV : KONSEP DESAIN



Bab ini membahas tentang definisi konsep yang dikaitkan dengan masalah atau tujuan, penjelasan tahap pencapaian solusi serta metode pencapaian desain, mulai dari penelusuran masalah, konsep desain, serta alternatif desain dalam perancangan identitas visual Museum Anak Kolong Tangga.

5. BAB V : IMPLEMENTASI DESAIN

Bab ini menjelaskan hasil desain yang terpilih serta implementasinya pada tiap-tiap media yang telah ditentukan, lengkap dengan perincian karakter medianya dalam perancangan identitas visual Museum Anak Kolong Tangga.

6. BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan apa yang dapat diambil dari penelitian yang telah dilakukan dan saran apa yang bisa diberikan menilik dari permasalahan-permasalahan yang muncul selama proses penelitian berlangsung dalam perancangan identitas visual Museum Anak Kolong Tangga.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Subjek Perancangan Desain

2.1.1 Definisi Museum Mainan dan Permainan Tradisional Anak

Setelah kemerdekaan Negara Republik Indonesia jumlah museum terus menerus bertambah, tujuan pendiriannya berubah dari tujuan untuk kepentingan pemerintah penjajah menjadi kepentingan masyarakat dalam usaha pemerintah mencerdaskan kehidupan bangsa. Pemerintah kini lebih fokus bertugas menggali, membina, dan mengembangkan kebudayaan bangsa. Dalam menghadapi lingkungan yang selalu berubah, museum sendirinya harus terus berinovasi melayani masyarakat.

Sesuai dengan ketentuan museum yang ada, terdapat museum mainan dan permainan anak yakni yang masuk kedalam jenis museum berdasarkan koleksi yang dimiliki, museum ini lebih banyak menampilkan mainan khususnya yang bernilai budaya atau mewakili periode tertentu. Museum mainan berbeda dengan museum anak-anak, bersifat lebih interaktif dalam menyediakan area bermain untuk ditujukan kepada anak-anak ataupun orang dewasa serta menyajikan koleksi yang dikhususkan dan terbuka untuk masyarakat umum. Berikut adalah museum mainan yang ada di dunia, seperti : The Museum of Childhood, The Swiss Museum of Games, Spancer Doll and Toy Museum, Pollock's Toy Museum, Hongkong International Hobby and Toy Museum, dan masih banyak lagi. Museum mainan dan permainan anak biasanya dibawah oleh sang kurator yang menjadi kolektor dari sebagian mainan yang ada di museum tersebut, sebagian lagi adalah sumbangan dari rekan maupun pemerintah setempat.

Mainan dan permainan anak tradisional merupakan semua jenis permainan yang mengandung gerakan-gerakan tubuh, tangan, kaki dan bagian tubuh lain untuk berinteraksi bersama teman-teman sepermainan. Mainan adalah sesuatu yang digunakan dalam permainan oleh anak-anak, orang dewasa ataupun binatang. Permainan tradisional adalah suatu jenis permainan yang ada pada

satu daerah tertentu yang berdasarkan kepada budaya daerah tersebut. Kedua hal tersebut juga dikenal sebagai permainan rakyat yang merupakan sebuah kegiatan rekreatif yang tidak hanya bertujuan untuk menghibur diri, tetapi juga sebagai alat untuk memelihara hubungan bagi anak. Didalam mainan dan permainan anak tradisional umumnya sangat menjunjung tinggi nilai-nilai kebersamaan. Mainan merupakan sesuatu yang digunakan dalam permainan oleh seseorang yang memiliki tujuan, mainan tradisional merupakan mainan yang memiliki unsur atau nilai budaya yang terkandung didalamnya sesuai daerah tempat budaya tersebut berkembang. Menurut Misbach (2006), permainan tradisional yang ada di Nusantara ini dapat menstimulasi berbagai aspek perkembangan anak, seperti : (1) aspek motorik untuk melatih daya tahan, daya lentur, sensorimotorik, motorik kasar, motorik halus; (2) Aspek kognitif untuk mengembangkan imajinasi, kreativitas, kemampuan memecahkan masalah, strategi, antisipatif, pemahaman kontekstual; (3) Aspek emosi untuk melatih katarsis emosional, mengasah empati, pengendalian diri; (4) Aspek bahasa untuk melatih pemahaman konsep-konsep nilai ; (5) Aspek sosial untuk menjalin relasi, kerjasama, melatih kematangan sosial dengan teman sebaya dan meletakkan pondasi untuk melatih keterampilan sosialisasi berlatih peran dengan orang yang lebih dewasa/masyarakat ; (6) Aspek spiritual : Menyadari keterhubungan dengan sesuatu yang bersifat Agung (transcendental) ; (7) Aspek ekologis untuk memahami pemanfaatan elemen-elemen alam sekitar secara bijaksana ; (8) Aspek nilai-nilai/moral untuk menghayati nilai-nilai moral yang diwariskan dari generasi terdahulu kepada generasi selanjutnya.

Jika digali lebih dalam, ternyata makna di balik nilai-nilai permainan tradisional mengandung pesan-pesan moral dengan muatan kearifan lokal (*local wisdom*) yang luhur dan sangat sayang jika generasi sekarang tidak mengenal dan menghayati nilai-nilai yang diangkat dari keanekaragaman suku-suku bangsa di Indonesia. Kurniati (2006) mengidentifikasi 30 permainan tradisional yang saat ini masih dapat ditemukan di lapangan. Beberapa contoh permainan tradisional yang dilakukan oleh anak-anak adalah anjang-anjangan, sonlah, congkak, oray-orayan, tetemute, dan sepdur. Museum mainan merupakan

fasilitas edukatif serta menginformasikan tentang kebudayaan daerah yang hampir hilang agar dapat dibudayakan kembali dalam kehidupan pengunjung. Permainan tradisional didasari oleh nilai-nilai kebudayaan yang diterapkan dalam bahasa pengantar, cara, makna, media dan lokasi permainan itu sendiri.

Museum Sebagai Sarana edukasi

Tugas penting museum yakni pemberian pelayanan dan kemudahan mengarah pada kegiatan edukatif dengan tersedianya dokumentasi visual yang dapat menjadi sumber informasi yang ditujukan bagi pengunjung. Museum merupakan sarana pembelajaran, didalamnya pengunjung dapat mengumpulkan kepingan-kepingan sejarah. Dalam konteks pembelajaran sejarah, terdapat program atau kegiatan interaktif di museum yang efektif selain hanya datang dan mencatat saja. Museum bukan sekedar arena menikmati benda koleksi, namun bisa pula menjadi sarana menggelar kreasi, edukasi, informasi, rekreasi, kompetisi, dan inovasi. Kegiatan-kegiatan pendukung juga menjadi sarana museum dalam memberikan informasi. Kelompok-kelompok atau pengunjung perorangan yang datang ke museum memiliki keinginan memperluas pengetahuan mengenai benda-benda koleksi yang disajikan di museum. Pengunjung dapat mendapatkan informasi dalam bentuk media informasi yang diterbitkan, film, dan juga pertunjukan *slide* bersuara serta perpustakaan museum. Selain dari media tersebut, museum juga memberikan fasilitas pembimbing yang edukatif. Pembimbing ini ialah kelompok tenaga kerja dari museum yang akan membimbing pengunjung dalam proses penyampaian informasi. Kegiatan bimbingan keliling mengitari museum merupakan bentuk bimbingan edukatif yang paling tradisional. Kegiatan museum diutamakan kepada kegiatan penyampaian informasi mengenai pengetahuan yang telah dihimpun melalui metode dan teknik penyajian yang dibangun berdasarkan koleksi benda budaya.

Pertama, museum sebagai sarana menumpahkan kreasi misalnya, membuat layang-layang, melukis topeng, dan banyak hal kreatif lainnya. Kompetisi juga dapat dilakukan seperti perlombaan menggunakan permainan tradisional balap

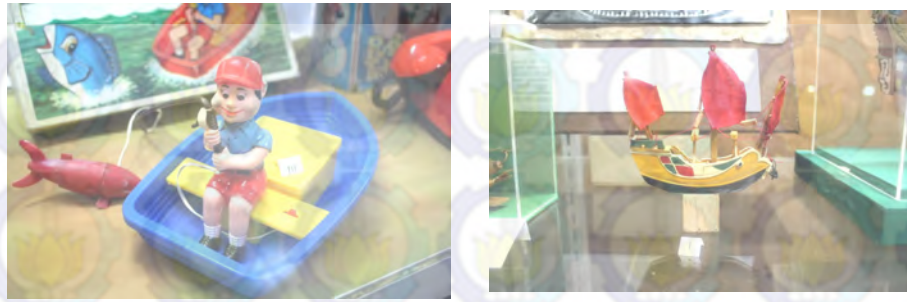
karung, kompetisi menggambar yang diadakan antar sekolah. Kedua, museum sebagai sarana edukasi juga menjadi pusat informasi yang tidak terbatas pada area museum saja. Pihak pengelola museum juga bisa bertindak proaktif mendatangi sekolah, kampus atau komunitas masyarakat. Museum bersifat menyenangkan karena kegiatan atau program yang diselenggarakan serta menawarkan wahana interaktif dan edukatif. Sehingga museum dapat menjadi sarana bagi individu masyarakat yang kreatif untuk mewujudkan inovasi karena museum bersifat menarik dan melibatkan masyarakat, sehingga masyarakat merasakan keasyikan berkunjung ke museum, kemudian dengan sendirinya akan makin memaknai kunjungan ke museum.

2.1.2 Profil Museum Anak Kolong Tangga

Museum Anak Kolong Tangga berdiri tepatnya pada tanggal 2 Februari 2008, merupakan museum pertama di Indonesia dengan koleksinya berupa mainan anak. Terletak di gedung Taman Budaya Yogyakarta lantai dua, tepatnya di Jalan Sriwerdari no 1, Yogyakarta. Hampir 80% dari koleksi museum, merupakan sumbangan pak Rudi Corens untuk Yayasan Dunia Damai. Selain itu pula terdapat beberapa sumbangan dari para donatur dan sponsor untuk memperkaya koleksi museum tersebut. Koleksi mainan di museum anak kolong tangga ini bukan mainan modern hasil pabrikan, tetapi mainan anak tradisional asli buatan tangan yang mengandung unsur budaya, tradisi, dan mitos pada jamannya, seperti kuda-kudaan kayu, mainan motor dari kayu, miniatur rumah-rumahan mainan, boneka dari kayu atau plastik, celengan tanah liat, sepeda roda tiga, kuda kepang, congklak, egrang, kartu gambar yang sisi belakangnya terdapat rambu lalu lintas, komik silat, gasing dari dalam dan luar negeri, mainan yang terbuat dari kertas dan masih banyak yang lainnya yang dapat memberikan rasa senang dan pembelajaran bagi anak. Museum ini memiliki bermacam jenis mainan, permainan, dokumen dan foto-foto yang ditempatkan bertujuan untuk menawarkan alternatif cara untuk mendekatkan anak pada sejarah atau bentuk kontemporer dari permainan pada realita pembelajaran lama dan baru. Museum ini berdiri dibawah pengawasan Yayasan Dunia Damai yaitu sebuah yayasan yang dikhususkan untuk keberadaan anak. Yayasan Dunia Damai

adalah sebuah organisasi sosial non-profit yang bergerak di bidang seni, budaya dan pendidikan alternatif bagi anak-anak. Museum ini masih satu kompleks dengan Taman Pintar Yogyakarta.



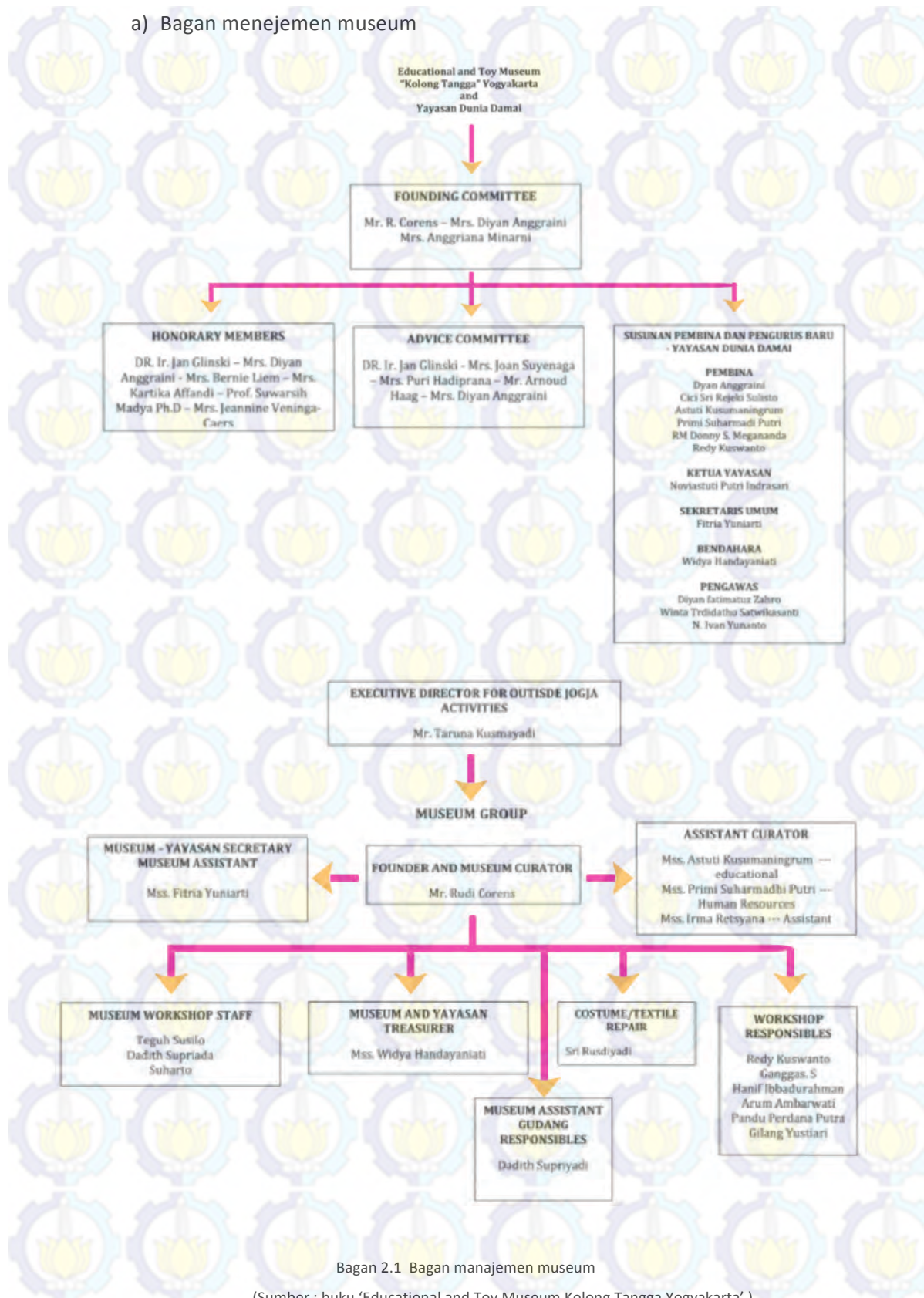


Gambar 2.1 Koleksi artefak Museum Anak Kolong Tangga

(Sumber : dokumen pribadi)

Museum ini didirikan oleh Rudi Corens, seniman berkebangsaan Belgia yang telah berkeliling Indonesia selama 15 tahun untuk mengumpulkan mainan tradisional dan buku-buku lama, pembangunan museum di bantu oleh temen-temannya antara lain Diyan Anggraeni (Kepala Taman Budaya Yogyakarta) dan Anggi Minarni (Kepala Karta Pustaka Yogyakarta). Museum ini didirikan berawal dari kekhawatiran Rudi Corens terhadap anak-anak yang cenderung melupakan budaya dan tradisi mereka sendiri di era globalisasi ini. Didalam museum dengan luas kurang lebih 30 m terdapat sekitar 3000 mainan dan permainan tradisional dari Indonesia dan luar negeri dari sekitar 10.000 buah mainan dan permainan yang masih tersimpan didalam gudang penyimpanan karena keterbatasan kapasitas museum serta kebijakan pihak museum. Museum ini mengangkat dan memperkenalkan fungsi dari mainan dan permainan tradisional sebagai bagian kehidupan anak sehari-hari serta sangat menjunjung tinggi nilai-nilai sosial dan lingkungan dalam mainan dan permainan tradisional, dari mulai penggunaan bahan, proses pembuatan hingga bagaimana cara memainkan mainan tersebut. Dikemas dalam sebuah pajangan mainan dan kegiatan kunjungan serta workshop yang diadakan oleh pihak museum dengan kerjasama sekolah dasar khususnya wilayah Yogyakarta.

a) Bagan manajemen museum



Bagan 2.1 Bagan manajemen museum

(Sumber : buku 'Educational and Toy Museum Kolong Tangga Yogyakarta')

b) Program museum

Museum secara berkala mengadakan berbagai kegiatan dan kerjasama dengan berbagai pihak yang memiliki keterkaitan sama terhadap dunia anak, pendidikan dan mainan anak tradisional dan modern. Museum Anak Kolong Tangga melakukan kolaborasi menyelenggarakan pameran seperti pameran robot, *story telling workshop*, pameran 'You cook I eat' dan beberapa seminar dengan pembicara yakni sang kurator museum sendiri. Adapula *workshop* dan kegiatan bermain belajar yang diadakan Sanggar Burung Biru di Bintaran bersama anak-anak sanggar.

2.1.3 Visi dan Misi Museum

1. Mengumpulkan objek-objek yang ada kaitannya dengan mainan tradisional tempo dulu baik di Indonesia dan jika memungkinkan di luar negeri.
2. Melestarikan objek-objek kerajinan rakyat yang masih tersisa yang berhubungan dengan mainan tradisional, untuk menjaga tradisi ini tetap hidup dengan tujuan membangkitkan dan menambah ketertarikan generasi muda pada seni kerajinan tradisional dengan menggunakan bahan alami dan lingkungan sekitar.
3. Membantu anak dan remaja untuk mengenalkan pada budaya bangsa sejak dini.
4. Menambah kecintaan pada seni dan budaya mainan tradisional dan cerita lama yang memiliki pesan moral juga makna.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Identitas visual terintegrasi

Identitas visual merupakan kombinasi dari logo, sistem visual (tipografi, warna, *imagery*) yang dibuat menjadi satu-kesatuan yang padu untuk menyampaikan pesan tertentu dari sebuah perusahaan, orang, benda, ataupun ide (Adams Sean dan Noreen Stone 2004). Identitas adalah persepsi yang diciptakan oleh perusahaan, perorangan, ataupun ide yang disampaikan melalui bentuk visual (Sean Adam 2004). Identitas visual adalah bentuk visual yang bertujuan untuk mengidentifikasi, membedakan, dan membangun hubungan

yang berkelanjutan didalam persaingan, serta menciptakan kepercayaan terhadap masyarakat atau konsumen. Dalam persaingan sebuah *brand* harus mampu secara kompetitif berkomunikasi melalui visual yang jelas dan konsisten (Kevin Budelmann 2010). Dalam merancang sebuah identitas visual suatu perusahaan, dibutuhkan adanya elemen visual yang menarik dan dapat mencerminkan perusahaan tersebut. Identitas visual adalah bentuk visual yang bertujuan untuk mengidentifikasi, membedakan, dan membangun hubungan yang berkelanjutan terhadap masyarakat atau konsumen (Robin Landa 2011).

Identitas visual yang terintegrasi mencakup semua aplikasi desain, seperti logo, sistem visual (tipografi, warna, *imagery*) yang dipadu dalam satu kesatuan. Seumpama dengan manusia, identitas adalah penampilan fisiknya (termasuk logo), komunikasi dan perilakunya, sedangkan logo adalah wajahnya (Surianto Rustan 2009). Identitas visual tersebut memiliki kekuatan untuk melakukan komunikasi yakni secara visual yang merupakan sebuah rangkaian proses penyampaian informasi atau pesan kepada pihak lain dengan penggunaan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indera penglihatan. Fungsi dasar dari komunikasi visual, antara lain memberi informasi, memberi penerangan, dan menganjurkan.

2.1.2 Diferensiasi pada identitas visual

'The primer identifier for almost all brands is the symbol or logo. The other tangible elements – colors, typefaces, straplines or slogans, tone of voice and style of expression (sometimes called 'look and feel') – are also important, and collectively form the visible recognition pattern. Symbols are immensely powerful. Symbols can unleash the most complex and profound emotion' (Wally Olins : 2008). Identitas menjadi penting sebagai alat mengidentifikasi paling sederhana, bentuknya berupa logo atau simbol. Hal tersebut dapat dengan langsung dilihat dan dirasakan. Identitas visual yang pertama kali menyapa konsumen saat mengenal sebuah produk. *Brand* tidak bisa lepas dari beberapa element baik warna, tulisan, ataupun slogan. Diferensiasi suatu produk dicari melalui ribuan proses menggunakan berbagai media seperti *website* kemasan

produk, brosur, *signage* dan lain sebagainya. Keseluruhan cara dilakukan brand untuk mendapatkan *positioning* dihati peminatnya.

Jika identitas visual Museum Anak Kolong Tangga dikemas berbedes dan kontras dengan museum lainnya, maka akan menciptakan diferensiasi dan positioning yang kuat sehingga Museum Anak Kolong Tangga sebagai satu-satunya museum mainan dan permainan anak tradisional terlihat menonjol dengan identitas dan keunggulannya.

2.1.2 Komponen Identitas Visual

a. Logo

Logo adalah kependekan dari *logotype*. Pada awalnya istilah ini digunakan untuk mempresentasikan logo yang terdiri dari huruf. Namun sekarang digunakan secara umum untuk mempresentasikan merek dagang. Ungkapan 'mark', 'logo', dan 'identifier' merupakan istilah yang sepadan maknanya untuk simbol atau *wordmark*). Istilah logo lebih populer daripada *logotype*. Logo dapat menggunakan elemen apa saja : tulisan, logogram, gambar, ilustrasi, dan lain-lain. '*Logo : a distinctive symbol of a company, object, publication, person service, or idea*' (Sean Adams 2008.) Dilihat dari pengertian tersebut, maka logo sangat bergantung dari karakter masing-masing *brand*. Logo bukanlah segalanya, logo menjadi jembatan bagi perusahaan untuk mengkomunikasi pesan identitas atau wajah yang ingin disampaikan kepada masyarakat dan agar mendapatkan apresiasi yang baik.



Gambar 2.2 Logo Thomas Jefferson's Poplar Forest
(Sumber : buku Designing Brand Identity) (Alina Wheeler 2009)

Sebuah formula unsur menciptakan sebuah logo yang bersifat efektif dalam pembuatan sebuah logo yang baik adalah bergantung pada (David E.Carter 2003):

1. *Original & Distinctive* yakni memiliki kekhasan, keunikan dan daya pembeda yang jelas.
2. *Legible* yakni memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi
3. *Simple* yakni sederhana, mudah dimengerti dalam waktu yang relatif singkat
4. *Memorable* yakni cukup mudah diingat, karena keunikannya dalam kurun waktu yang relatif lama
5. *Easily associated with the company*, logo yang baik mudah dihubungkan atau diasosiasikan dengan jenis usaha atau citra suatu perusahaan atau organisasi.
6. *Easily adaptable for all graphic media*, logo yang baik akan mudah dihubungkan / diasosiasikan dengan jenis usaha atau citra suatu perusahaan.

Fungsi logo sendiri adalah antara lain : membedakan diri, menciptakan fokus dalam perusahaan, memberikan identifikasi yang jelas, menciptakan kepercayaan, menciptakan hubungan personal antara merek dengan konsumennya, serta untuk mengkomunikasikan pesan. Logo dibangun dari sebuah bentukan-bentukan. Menurut Rustan (2010) dalam desain grafis terdapat bentukan-bentukan sederhana yang memiliki respon secara psikologis, antara lain :

1. Dilihat dari segi konstruksinya, logo pada umumnya terbagi menjadi tiga jenis, yaitu:
 - a. **Picture mark dan letter mark** (elemen gambar dan tulisan saling terpisah)



Gambar 2.3 Logo Picture Mark dan Letter Mark
(Sumber : Google Images)

- b. **Picture mark sekaligus letter mark** (dapat disebut gambar, bisa juga disebut tulisan / saling berbaaur)



Gambar 2.4 Logo *Picture Mark* sekaligus *Letter Mark*

(Sumber : *Google Images*)

- c. **Letter mark saja** (elemen tulisan saja)



Gambar 2.5 Logo *Letter Mark* saja

(Sumber : *Google Images*)

2. Logo dibentuk dari *basic shape / primitive shapes* atau bentukan dasar (*basic shape* sendiri dibentuk dari poin dan garis). Kemudian beberapa *basic shape* bergabung membentuk dua jenis objek yang lebih kompleks yang dikenal dengan gambar dan huruf.

Seiring dengan perkembangan zaman, kebutuhan dan aneka ragam logo semakin berkembang. Karakteristik logo menjadi semakin kompleks. Berikut adalah beberapa jenis logo menurut John Murphy (1998) :

- a. **Word marks / brand name / logotype / tanda kata**

Logo yang tersusun dari bentuk terucapkan (rangkaian huruf yang dapat dibaca atau diucapkan). Logo ini merepresentasikan secara visual dengan gaya desain huruf tertentu, *wordmark* biasa disebut juga dengan *logotype*.



Gambar 2.6 *Word mark / Logotype*

(Sumber : *Google Images*)

b. Device Marks/Brand mark/Logogram/ Tanda Gambar

Logo ini tersusun dari bentuk tak terucapkan (gambar). Bisa pula logo terdiri atas keduanya, yang merupakan kombinasi dari *brand name* dan *brand mark* atau kombinasi antara *logogram* dan *logotype*.



Gambar 2.7 Logogram
(Sumber : Google Images)

c. Name only –logo / Aksara (Tipografis)

Logo yang diambil dari sebuah nama dengan menggunakan gaya grafis khusus. Beberapa merek menggunakan logo nama yang berkarakteristik tandatangan sebagai bentuk jaminan keaslian produk seperti YVES SAINT LAURENT yang selalu muncul pada produk-produknya. Bentuk logo seperti ini digemari karena dianggap mampu menjaga orisinalitas.



Gambar 2.8 Name-only logo
(Sumber : Google Images)

d. Name/ symbol logo atau tipografis geometris

Logo ini terdiri dari nama perusahaan atau produk dengan gaya tipografis yang berkarakter kuat, tersusun oleh tipografis sebagai elemen utama namun ada penambahan bentuk-bentuk geometris sederhana seperti oval, lingkaran atau kotak.



Gambar 2.9 Name / Symbol logo
(Sumber : Google Images)

e. Initial letter logos / inisial logo

Logo ini menggunakan huruf awal (inisial) dari nama produk atau perusahaan dan menjadikannya sebagai elemen utama dari logo tersebut. Logo ini terkadang menunjukkan gabungan nama pemilik perusahaan seperti logo produsen *hardware* computer Hewlett-Packard.



Gambar 2.10 Initial letter logos
(Sumber : Google Images)

f. Pictorial name logos / logo nama yang bergambar

Logo jenis ini menggunakan nama produk atau organisasi sebagai komponen penting dari gaya logo. pada dasarnya tetap menggunakan *logotype* (aksara saja) namun dengan bentuk grafis yang kuat dan unik, seperti Coca Cola. Logo tersebut memiliki image yang kuat, bila terjadi peniruan logo tersebut oleh produk atau perusahaan lain maka citra yang dihasilkannya tetap mengarah pada produk atau *pictorial name* logo perusahaan yang ditiru.



Gambar 2.11 Pictorial name logo
(Sumber : Google Images)

g. Associative logos / logo yang mengasosiasikan

Logo ini berdiri bebas yang biasanya tidak memuat nama produk atau perusahaan, tetapi memiliki asosiasi langsung dengan nama, produk atau wilayah aktifitasnya. Memiliki sifat independen dan seringkali bukan merupakan nama tertentu namun menggunakan perbendaharaan kata yang menunjukkan bidang usahanya.



Gambar 2.12 Associative logo

(Sumber : Google Images)

h. Allusive logo

Logo ini bersifat kiasan, seperti logo Mercede Benz yang terdiri dari bentuk bintang segitiga yang merupakan representasi dari sitem kemudi mobil. Logo jenis ini memiliki hubungan yang tidak langsung antara nama dengan logonya sehingga logo jenis ini sulit untuk dipahami, dan memerlukan waktu lebih agar seseorang bisa memahami apa maksud dari logo yang bersangkutan.



Mercedes-Benz

Gambar 2.13 Allusive logo

(Sumber : Google Images)

i. Abstract logo




Logo ini dapat menimbulkan beraneka kesan, yang dipengaruhi oleh daya pemahaman konsumen karena bentuk visual logo yang sangat abstrak. Diantaranya mengambil suatu bentuk struktural yang dikreasikan dengan

efek optis yang bervariasi. Seperti pada logo Citroen, logo jenis ini mampu dibuat dengan bermacam variasi dan sangat orisinal sehingga terjadinya kemiripan sebuah logo dengan logo yang lainnya akibat dari banyaknya produk dan perusahaan yang tumbuh. Logo jenis ini sekarang menjadi standar desain logo kontemporer. Kelemahan dari jenis logo ini adalah bentuknya yang abstrak, sehingga sukar dipahami oleh konsumen serta tidak memiliki pengertian yang benar-benar tepat seperti apa yang diinginkan.



Gambar 2.14 Abstract logo
(Sumber : Google Images)

Pada sebuah logo terdapat nilai psikologis yang dapat diartikan jika disangkupautkan dengan bentukan dasar sebuah benda. Bentuk yang umum akan membuat logo mudah diidentifikasi oleh masyarakat (Kevin Budelmann, Yang kim & Curt Wozniak 2010) Dalam desain grafis terdapat bentukan-bentukan sederhana yang memiliki respon secara psikologis, antara lain :

Bentuk	Respon Psikologis
	Koneksi, komunitas, keseluruhan, ketahanan, pergerakan, keamanan, kehangatan, kenyamanan, dinamis, bergerak, kecepatan, abadi, kualitas, dapat diandalkan, sempurna.
	Keteraturan, logis, keamanan, kepadatan, umum, stabil, kokoh, teguh, kejujuran, integritas.
	Energi, keseimbangan, hukum, ilmu, agama, kokoh, megah, kekuatan, harapan, terarah, suci, sukses, sejahtera.

Tabel 2.1 Bentuk dan respon psikologi

Bentuk yang digunakan bisa menjadi sangat menarik untuk sebuah logo dan kebanyakan mampu dalam menyampaikan sebuah identitas dalam logo (Kevin Budelmann, Yang kim & Curt Woznial 2010).

Logo sebagai identitas Museum Mainan Anak

Pada sebuah museum mainan anak, logo merupakan media untuk mengenalkan identitas kepada audien. Logo tersebut mencerminkan citra dan visi misi museum tersebut. Umumnya penggunaan logo untuk museum mainan anak berjenis *picture mark* dan *letter mark* namun adapula yang berupa lettermark saja. Berikut adalah beberapa contoh logo museum berjenis *picture mark* dan *letter mark* yang digunakan oleh museum mainan anak mancanegara. Berikut beberapa contoh logo pada museum mainan anak yang ada didunia.



Gambar 2.15 Logo Museum Mainan Mancanegara

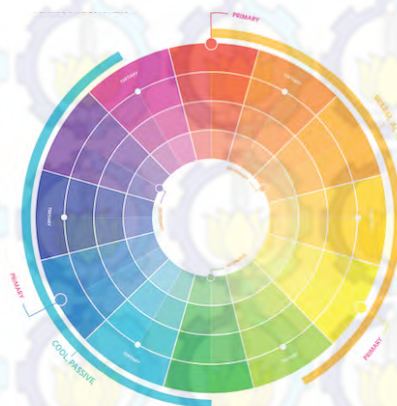
(Sumber : Google Images)

Beberapa logo museum mainan anak mancanegara terlihat sederhana dan jelas yang menggunakan *picture mark* terdapat gambaran mainan yang mewakili citra museum sebagai museum mainan. *Letter mark* digunakan sebagai informan yang jelas menegaskan bahwa museum tersebut adalah museum mainan anak dengan tingkat keterbacaan tinggi.

b. Warna

Warna memainkan peran dalam sebuah elemen visual termasuk pada identitas. Warna juga menjadi pertimbangan seseorang dalam memilih sebuah *brand* yang ada didepannya. Menurut sebuah penelitian yang dilakukan di Chicago, Amerika bahwa warna dapat meningkatkan *brand recognition* sebanyak 80% (Universitas of Loyola Chicago, Amerika). Karena itu memilih warna yang tepat merupakan proses yang penting dalam mendesai identitas visual. Memilih warna dalam sebuah identitas bukan dengan hanya asal tebak. Setiap perusahaan memiliki pesan yang ingin disampaikan begitu pula dengan tiap-tiap warna yang ada. Semua warna memiliki makna yang berbeda-beda pula. *'Color is used to evoke emotion and express personality.'* Menurut Aline Wheeler (2009) bahwa warna dapat memicu emosi dan membangkitkan asosiasi merek, tetapi juga untuk mengekspresikan diferensiasi. Warna memiliki kemampuan membangkitkan impresi, mampu menimbulkan efek-efek tertentu. Secara psikologis warna-warna bukanlah suatu gejala yang hanya dapat diamati saja, warna dapat mempengaruhi kelakuan, memegang peranan penting dalam penilaian estetis dan turut menentukan suka tidaknya kita akan bermacam-macam benda (J. Linschoten dan Drs. Mansyur 2007).

Dalam teori Brewster, terdapat penyederhanaan warna yang ada di alam menjadi empat kelompok warna. Keempat warna tersebut yaitu : warna primer, sekunder, tersier dan warna netral. Dreyfuss (1972) mengungkapkan bahwa warna digunakan dalam simbol-simbol grafis bertujuan untuk mempertegas maksud simbol tersebut.



Gambar 2.16 Color wheel

Warna memiliki peran dalam pengambilan keputusan dan meningkatkan kepaan saat membeli barang. Proses pemilihan warna menjadi penting dalam membuat sebuah identitas visual. Warna dapat memiliki makna yang mewakili sebuah identitas dalam presepsi yang ingin disampaikan, antara lain (Suriyanto Rustan 2009) :

Warna	Makna warna
 Abu-abu	Dapat diandalkan, keamanan, elegan, rendah hati, rasa hormat, stabil, kehalusan, bijaksana, masa lalu, bosan, kebusukan, renta, polusi, urban, emosi yang kuat, seimbang, netral, perkabungan, formal.
 Putih	Rendah hati, suci, netral, kebenaran, damai, salju, aman, dingin, kehidupan, harapan, lemah lembut
 Hitam	Klasik, baru, kecerdasan, pemberontakan, misteri, modern, misteri, kekuatan, formal, elegan, kaya, gaya, kesatuan, profesional.
 Merah	Perayaan, kekayaan, gairah, kuat, api, cinta, roman, gembira, cepat, panas, ambisi, pemimpin, maskulin, perang, radikal, sosialisme.
 Biru	Laut, manusia, produktif, langit, damai, harmoni, sejuk, air, bersih, teknologi, idealisme, udara, bijaksana, bangasawan, kuat, cahaya, ramah, kebenaran.
 Hijau	Kecerdasan tinggi, alam, masa muda, lingkungan hidup, kekayaan, giat, murah hati, abadi, tulus, kesehatan, keseimbangan, harmoni, stabil, tenang, kreatif.
 Kuning	Sinar matahari, gembira, bahagia, optimis, cerdas, idealisme, kaya, harapan, takut, bahaya, feminin, bergaul, persahabatan.
 Ungu	Bangsawan, sensual, spiritual, kaya, kerajaan, misteri, bijaksana, flamboyant, menonjol, romantis.

 Jingga	Hindunisme, Buddhisme, kebahagiaan, energi, keseimbangan, kesenangan, agresi, sombong, peringatan, bahaya.
 Cokelat	Tenang, berani, kedalaman, alam, kesuburan, desa, stabil, tradisi, ketidaktepatan, fasisme, tanah, membumi, menyetatkan, tabah, simple, persahabatan.
 Merah muda	Musim semi, rasa syukur/ terima kasih, penghargaan, kagum, simpati, feminin, kesehatan, cinta, roman, perkawinan, sukacita, kekanakan.

Tabel 2.2 Warna dan makna warna

Warna pada identitas Museum Mainan Anak

Warna dasar yang digunakan pada identitas museum mainan anak adalah warna warna yang bersifat anak-anak dan keceriaan. Penggunaan warna dimaksudkan untuk menampilkan kepribadian dan citra museum. Kebanyakan warna yang digunakan oleh museum mainan anak adalah warna yang cerah dan meriah. Penggunaan warna merah, kuning dan hijau serta turunan menjadi salah satu warna yang ada didalam identitas museum tersebut. Hal ini dikarenakan museum yang dekat dengan anak, sehingga harus memiliki daya tarik yang cocok dan ditujukan langsung kepada anak.



Brighton Toy and Model Museum



International Toy Museum





The Hamilton Toy Museum



Gambar 2.17 Contoh Palet Warna Museum Mainan Anak

(Sumber : <https://color.adobe.com/explore/>)

Warna-warna tersebut digunakan pada logo museum untuk pengidentifikasian museum, menggambarkan citra museum sebagai museum yang dekat dengan anak dan mainan dengan penggunaan warna-warna yang cerah yang tentunya dapat menarik perhatian anak.

c. Tipografi

Typography can defined a art of selected right type printing in accordance with specific purpose ; of so arranging the letter, distributing the space and controlling the type as to aid maximum the reader's (Manuale Typographicum 1970). Bahwa tipografi merupakan seni memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan khusus, sehingga akan menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca.

Tipografi terbagi dalam dua macam, yaitu tipografi dalam logo (*letter marks*), dan tipografi yang digunakan dalm media-media aplikasi logo (*corporate typeface / corporate typography*). Berbeda dengan *logotype*, tipografi dalam hal ini lebih merujuk pada *corporate typeface*, yang bertujuan untuk menjaga kesatuan dengan aplikasi-aplikasi media desain yang digunakan suatu perusahaan. Tipografi dapat juga dijadikan gambar namun dalam bentuk tulisan. Jenis huruf harus dinilai unik, pemilihan jenis huruf tidak berdasarkan selera perusahaan. Masing-masing jenis huruf yang menjadi elemen identitas menggambarkan sifat, kepribadian, nilai bahkan pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan tersebut, begitu pula dalam sebuah museum.

Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam memilih tipografi untuk kepentingan identitas visual adalah :

- 1) Dapat menyampaikan informasi dengan jelas dan mencerminkan *positioning* perusahaan
- 2) Mencakup berbagai macam kebutuhan aplikasi identitas visual
- 3) Dapat digunakan dalam berbagai ukuran
- 4) Mempunyai diferensiasi
- 5) Mencerminkan budaya

Memilih dan menggunakan font yang tepat memerlukan pengetahuan dasar tentang luasnya pilihan dan pemahaman inti seberapa efektif fungsi tipografi pada sebuah identitas visual, karena pemilihan tipografi yang cerdas dapat mendukung hirarki sebuah informasi (Aline Wheeler 2009).

Tipografi pada identitas Museum Mainan Anak

Tipografi pada identitas museum mainan anak cenderung menggunakan *font sans serif*. Font ini memberikan kesan modern serta mudah dalam pengaplikasiannya pada media. Jenis font tersebut ditata sedemikian rupa, agar terjadi penekanan dan harmonisasi yang mendukung visualisasi dalam logo museum tersebut. Font dalam logo tersebut juga dapat dijadikan materi pendukung atau *logotype* dalam media desain identitas visual museum.



Gambar 2.18 Logo museum pada museum mainan mancanegara

Menggunakan jenis tipografi *sans serif* yang tidak memiliki sirip dan memiliki ketebalan yang sama atau hampir sama. Jenis huruf ini memberikan kesan modern kontemporer dan efisien.



Gambar 2.19 Logo museum pada museum mainan mancanegara

Adapula logo yang menggunakan jenis *script* yang merupakan goresan tangan dikerjakan dengan pena, kuas atau pensil tajam. Kesan yang ditimbulkan adalah sifat pribadi dan akrab.

d. Elemen lainnya

Elemen lainnya dapat berupa fotografi, ilustrasi, *background*, infografis dan elemen-elemen yang membawa satu nuansa pada *brand*, *artworks*, infografik, ikon dan banyak lagi yang dapat memperkuat kepribadian dalam sebuah *brand*. Dalam identitas visual diciptakan elemen lainnya yang berbentuk visual, bisa berupa *background* atau *cropping image* (Surianto Rustan 2009). Berfungsi untuk memperkuat identitas dengan menambah keunikannya, sehingga secara visual membuat *brand* lebih mudah dikenali. Background juga menciptakan *unity* / menjadi unsur pengikat antar elemen-elemen desain dan antar media-media aplikasi. Sebuah identitas pada brand meliputi keunikan bahasa visual yang akan mengekspresikan dirinya atau citranya di semua aplikasi desain (Aline Wheeler 2009). Elemen-elemen lainnya yang nanti dapat diaplikasikan kedalam media penerapan identitas sesuai kebutuhan pada sebuah *brand*. Desain elemen visual lainnya tersebut mendukung dalam proses informasi yang berhubungan dengan sebuah identitas, misalnya infografik yang berfungsi untuk memberikan informasi dengan beberapa unsur angka-angka, sama halnya dengan warna dan tipografi, elemen ini juga harus memiliki sifat yang konsisten.

Elemen lainnya pada Identitas Museum Mainan Anak

Pada umumnya elemen visual lainnya pada sebuah identitas visual museum mainan merupakan pendukung dari keberadaan logo yang juga menjadi alat pembeda pada identitas visual. Ada yang menggunakan gambaran ilustratif, warna ataupun *cropping image*. Pada contoh dibawah, Mint Museum of Toys menggunakan *cropping image* dari benda museum yang dimiliki digabung dengan unsur suasana berwarna putih yang memberikan kesan *clean* serta ada pula penggunaan warna gradasi ungu ke putih sebagai *background* pada elemen visual lainnya. Seperti yang dapat dilihat, adanya integritas setelah diberikan elemen lainnya sebagai pendukung identitas visual dari Museum Mint. Elemen lainnya menjadi benang merah yang memberikan diferensiasi serta penekanan dalam identitas Museum Mint.



Gambar 2.20 Elemen grafis pada Mint Museum of Toys

(Sumber : <http://lynndenyeo.com/>)

e. Penerapan Identitas

Identitas yang ditampilkan dengan konsisten akan memberi gambaran pada masyarakat bahwa entitas tersebut konsisten dan professional. Prinsip *unity* diterapkan dalam identitas ke seluruh media aplikasinya. Media apa saja yang dibutuhkan sangat tergantung dari bidang usahanya. Sebuah identitas contohnya diterapkan pada : pedoman identitas, *stationary*, *marketing tools*, *website*, *facilitites sign*, *packaging*, kendaraan, pakaian seragam, souvenir dan lain sebagainya.

Penerapan identitas pada media Museum Mainan Anak

Penerapan identitas bergantung pada media apa saja yang dibutuhkan oleh museum untuk membangun identitasnya. Beberapa media yang sejatinya harus dimiliki oleh museum, antara lain : *office media / stationery, marketing & connection tools*, dan *environmental graphic design*. Sekali lagi hal ini sangat bergantung pada kebutuhan perusahaan masing-masing.

2.7 Studi Eksisting

2.7.3 Identitas Visual Museum Anak Kolong Tangga

a. Logo

Logo yang digunakan oleh Museum Anak Kolong Tangga memiliki makna sebagai berikut :



Gambar 2.21 Logo Museum Anak Kolong Tangga

- Logo ini menggunakan garis yang membentuk tangga dan juga sebuah garis berbentuk kotak sebagai *outline* gambar
- Terdapat titik merah dibawah tangga menggambarkan keberadaan museum yang terdapat dibawah tangga, titik merah tersebut tidak memiliki makna warna. Hanya memberikan poin tegas mengenai keberadaan museum.
- Terdapat *logotype* berupa tulisan 'Museum Anak' berwarna hitam dan 'Kolong Tangga' berwarna merah.

Logo ini dibuat oleh sang kurator yakni Bapak Rudi Corens, tanpa arti atau makna yang lebih dalam sebagai identitas visual sebuah museum.

b. Warna

Penggunaan warna dalam logo Museum Anak Kolong Tangga tidak memiliki keterkaitan dengan teori warna yang seharusnya dipakai pada museum mainan dan permainan anak, terdapat warna merah dan hitam. Selain itu terdapat ketidaksinambungan antara warna logo dengan warna yang digunakan pada media-media aplikasi identitas pada museum, seperti *wall illustration*, poster, *booklet* dan lain-lain yang menggunakan berbagai macam warna tidak hanya merah dan hitam saja.



Gambar 2.22 Komposisi warna identitas museum

c. Tipografi

Tipografi pada media-media yang digunakan Museum Anak Kolong Tangga mudah dibaca dan berguna untuk menyampaikan pesan, namun sebuah tipografi tidak cukup hanya mengandalkan keterbacaan. Keindahan tipografi pada museum ini sayangnya kurang begitu diperhatikan, contohnya seperti pada *signage* dan papan informasi yang terdapat dalam museum. Tipografi yang digunakan kurang mampu menarik perhatian pengunjung untuk membaca dan mencermati informasi yang ditampilkan. Selain tingkat keterbacaan yang kurang, museum menggunakan berbagai macam jenis font seperti serif adapula yang *sans serif*.

MUSEUM ANAK KOLONG TANGGA

Gambar 2.23 tipografi pada logo museum

(Sumber : kolongtangga.blogspot.com)



Gambar 2.24 Berbagai macam jenis font pada media penerapan museum
(Sumber : Dokumen pribadi)

d. Elemen lainnya


Elemen lainnya dapat berupa fotografi, ilustrasi, *background*, infografis dan elemen-elemen yang membawa satu nuansa pada *brand*, *artworks*, infografik, ikon dan banyak lagi yang dapat memperkuat kepribadian dalam sebuah *brand*. Elemen lainnya yang digunakan Museum Anak Kolong Tangga tidak memiliki keseragaman visual. Elemen berupa gambar ilustrasi dengan lukisan dan adapula dalam bentuk vektor. Pada setiap media-media museum yang ada juga tidak konsisten ada yang sudah diperbaharui namun tidak diseimbangkan dengan desain elemen pada bagian lain. Karena belum adanya sistem grafis yang mengikat setiap desain pada media-media yang digunakan oleh museum maka tidak terlihat kesatuan yang menjadi diferensiasi pada identitas museum.



Gambar 2.25 Elemen gambar pada media di Museum Anak Kolong Tangga
(Sumber : Dokumen pribadi)

2.7.4 Penerapan identitas pada media

Saat ini media yang dimiliki Museum Anak Kolong Tangga sebagai penunjang identitas visual museum adalah sebagai berikut :

No	Media	Fungsi
1.	Formulir museum 	Media ini digunakan sebagai lembar pendaftaran kunjungan museum bagi instansi seperti sekolah yang ingin datang.
2.	Booklet Museum	Media ini digunakan

Gambar 2.26 Contoh formulir museum

		<p>sebagai buku yang berisikan informasi singkat benda-benda sejarah yang ada didalam museum. Pengunjung dapat membeli di loket masuk dengan harga Rp 5000,-</p>
<p>3.</p>	<p>Brosur museum</p> <div data-bbox="596 965 1034 1382">  </div> <div data-bbox="592 1402 1038 1839">  </div>	<p>Media ini adalah brosur museum yang dibagikan secara gratis saat mengunjungi museum. Berisikan peta lokasi museum dan beberapa penjelasan singkat bersifat persuasif untuk mengajak pengunjung datang.</p>

Gambar 2.27 Booklet museum

Gambar 2.28 Brosur museum

4.	<p>Tiket Museum</p>  <p>Gambar 2.29 Tiket museum</p>	<p>Tiket masuk yang dibeli pengunjung sebagai tanda masuk museum</p>
5.	<p>Poster museum</p>  <p>Gambar 2.30 Poster museum</p>	<p>Kedua poster tersebut sebagai media informan yang diletakkan pada area museum dan website museum.</p>

<p>6.</p>	<p><i>Environmental graphic design museum</i></p>  <p>Gambar 2.31 EGD museum</p>	<p>Desain lingkungan pada museum terdapat pada langit-langit dan pintu masuk museum.</p>
<p>7.</p>	<p><i>Website interface museum</i></p>  <p>Gambar 2.32 Website museum</p>	<p>Desain <i>website</i> Museum Anak Kolong Tangga yang dapat di akses melalui kolongtangga.blogspot.com</p>

Tabel 2.2 Penerapan identitas museum

2.8 Studi Komparator

2.8.1 Profil Museum Wayang

Museum Wayang adalah sebuah museum yang berlokasi di Jalan Pintu Besar Utara No.27, Jakarta Barat. Museum ini memamerkan berbagai jenis dan bentuk wayang dari seluruh Indonesia, baik yang terbuat dari kayu dan kulit maupun bahan-bahan lain. Wayang-wayang dari luar negeri terdapat pula di sini, seperti dari Republik Rakyat dan Kamboja.



Gambar 2.33 Museum Wayang
(Sumber : museumwayang.com)

Hingga kini Museum Wayang mengkoleksi lebih dari 4.000 buah wayang, terdiri atas wayang kulit, wayang golek, wayang kardus, wayang rumput,

wayang janur, wayang beber, toper, boneka dan gamelan. Umumnya boneka yang dikoleksi di museum ini adalah boneka-boneka yang berasal dari Eropa meskipun ada juga yang berasal dari beberapa negara non-Eropa seperti Thailand, Suriname, Tiongkok, Vietnam, India dan Kolombia. Secara periodik diselenggarakan pagelaran wayang pada minggu 2 dan ke 3 setiap bulannya.

2.8.2 Identitas Visual Museum Wayang

a. Logo

Museum melakukan pembaruan pada logo di desain ulang agar lebih modern dan *eye catching*. Pada logo tersebut terdapat bentukan wayang yang ditancapkan pada tempat wayang dan dilengkapi dengan logotype dibagian bawah bertuliskan Museum Wayang dengan huruf 'M' dan 'W' yang berdekatan.



Gambar 2.34 Logo Museum Wayang
(Sumber : www.museumwayang.com)

b. Warna

Warna tanah yakni coklat dan jingga sangat terlihat dominan pada museum ini. Mewakikan kesederhaan, tradisionalitas, dan kebudayaan. Warna coklat memiliki sifat anggun, nyaman, dan memberikan kesan elegan serta hangat. Segala hal yang bersinggungan dengan budaya didominasi pada warna tersebut.



Gambar 2.35 Warna Museum Wayang

c. Tipografi

Penggunaan tipografi pada Museum Wayang berjenis sans serif dengan bentukan tipografi *semi-bold*. Tipografi yang digunakan dalam logo tersebut menimbulkan kesan klasik dan elegan. Namun terdapat ketidak konsistenan yang dapat dilihat pada *website* museum, masih ada beberapa jenis *font* lain yang dipakai. Pemakaian beberapa jenis font tersebut yang terlihat tidak berseragam.



Gambar 2.36 Tipografi pada logo museum

(Sumber : www.museumwayang.com)

Cinderamata

Cinderamata antara lain disediakan: wayang golek, wayang kulit, wayang kaca, buku-buku pewayangan dan sebagainya.

Gambar 2.37 Tipografi Museum Wayang

(Sumber : www.museumwayang.com)

d. Elemen lainnya

Elemen lainnya dapat berupa fotografi, ilustrasi, background, infografis dan elemem-elemen yang membawa satu nuansa pada *brand*, artworks, infografik, ikon dan banyak lagi yang dapat memperkuat kepribadian dalam sebuah *brand*. Pada Museum Wayang, terdapat elemen *background* dan beberapa elemen vektor dalam bentuk ilustrasi dan foto wayang. Semua elemen terlihat menyatu dan mendukung keberadaan logo museum. Terdapat beberapa ornamen yang diambil dari bagian-bagian ornamen pada gambar wayang di dalam logo.



Gambar 2.38 Elemen lainnya pada Museum Wayang

(Sumber : www.museumwayang.com)

Kesimpulan

Museum ini memberikan gambaran mengenai wayang dengan cara lebih modern dan sederhana. Apabila dilihat secara visual, logo museum terlihat unik dan terdapat gambar wayang sebagai penjelas bahwa museum tersebut adalah museum wayang, selain itu baik tipografi dan elemen lainnya yang dapat dilihat secara visual sudah memiliki integritas sehingga terdapat benang merah pada identitas museum. Logo museum terlihat modern dan *eyecatching* sehingga menarik perhatian pengunjung, namun penerapan logo pada *signage* pintu gerbang tidak konsisten sangat jelas dapat dilihat dari segi penggunaan warnanya.



Gambar 2.39 Museum Wayang
(Sumber : www.museumwayang.com)



Gambar 2.40 Suasana Museum Wayang
(Sumber : www.museumwayang.com)

Pada desain *environmental graphic design*, sayangnya tidak didukung dengan elemen lainnya yang dimiliki dan ditonjolkan ketika melihat website museum. Desain lingkungan dibiarkan apa adanya terlihat tidak terurus walau hanya diberikan lemari pajangan khusus dan beberapa informasi yang ditempel begitu saja.

2.8.3 Profil Mint Museum of Toys

MINT (Moment of Imajinasi dan Nostalgia dengan Toys) Museum of Toys museum yang dibangun untuk dunia mainan, dibuka untuk umum pada Mei 2006. Secara resmi diluncurkan oleh menteri luar negeri, Mr George Yeo, pada tanggal 5 bulan Maret 2007. Museum ini adalah milik Bapak Chang Yang Fa, berkebangsaan Singapura, museum swasta ini menampilkan koleksi mainan *vintage*, yang termasuk langka dan unik. Museum ini memiliki koleksi terbesar dari jenisnya di Asia Tenggara, dengan lebih dari 50.000 buah mainan *vintage* dan memorabilia masa kanak-kanak dari lebih dari 40 negara, termasuk Singapura, Jerman, Jepang, Inggris, Amerika Serikat, dan bahkan Bulgaria. Koleksinya berkisar mulai dari abad pertengahan ke-19 ke abad pertengahan ke-20.

Salah satu tujuan dari museum ini adalah untuk memudahkan anak, memberikan memori emosional masa kecil karena masing-masing mainan menceritakan cerita hal yang berbeda, mewakili era di mana mereka dibuat pada masanya.



Gambar 2.41 Mint Museum of Toys
(Sumber : emint.com)

2.8.4 Identitas Visual Mint Museum of Toys

a. Logo

Pada logo museum ini terdapat tulisan 'Mint' dan keterangan Museum of Toys terletak dibawah. Logo ini masuk kedalam jenis *logotype* dan *name only-logo*, karena hanya menggunakan tulisan saja. Museum ini menggunakan logo dengan unsur gabungan huruf serif dan serif. Logo museum ini sangat informatif, jelas dan modern.



Gambar 2.42 Logo Museum Mint

(Sumber : www.emint.com)

b. Warna

Warna yang digunakan pada museum ini dapat dilihat secara kasat mata langsung yakni dominan berwarna ungu. Warna ungu yang terlihat feminin memberikan kesan damai, kesan kekayaan spiritual dan kebijaksanaan. Warna ini jarang kita lihat pada sebuah identitas visual sehingga memberikan kesan unik pada sebuah logo, warna ungu juga memberikan kesan pengetahuan yang tersembunyi.



Gambar 2.43 Warna Museum Mint

c. Tipografi

Tipografi pada museum ini terlihat sudah konsisten, dari logonya yang modern dengan kesan minimalis yang ingin ditonjolkan, begitu pula tipografi yang digunakan pada media identitas lainnya, seperti pada *booklet* dan *signage* museum. Font yang digunakan mendekati dengan yang ada dalam logo, berjenis *sans serif*. Jenis font *sans serif* memberikan kesan modern

kontemporer dan efisien. Kesan bersih dan memberikan tingkat keterbacaan yang tinggi.



Gambar 2.44 Penerapan tipografi Museum Mint
(Sumber : www.emint.com)

d. Elemen Lainnya

Elemen lainnya dapat berupa fotografi, ilustrasi, *background*, infografis dan elemen-elemen yang membawa satu nuansa pada *brand*, *artworks*, infografik, ikon dan banyak lagi yang dapat memperkuat kepribadian dalam sebuah *brand*. Pada museum menggunakan elemen *cropping image* dari benda museum yang dimiliki digabung dengan unsur suasana berwarna putih yang memberikan kesan *clean* serta ada pula penggunaan warna gradasi ungu ke putih sebagai *background* pada elemen visual lainnya. Seperti yang dapat dilihat, adanya integritas setelah diberikan elemen lainnya sebagai pendukung identitas visual dari Museum Mint. Elemen lainnya menjadi benang merah yang memberikan diferensiasi serta penekanan dalam identitas Museum Mint.





Gambar 2.45 Elemen lainnya pada Museum Mint

(Sumber : www.emint.com)

Kesimpulan

Museum ini menonjolkan kesan modern minimalis yang menonjolkan kejelasan, dengan logo yang desainnya *clean*. Koleksi museum yang tidak hanya mainan tradisional, menjadikan desain museum ini memiliki sifat *universal* yang harus dapat diterima oleh semua kalangan usia, tidak hanya anak kecil saja. Desain ruang yang *clean* memberikan kesan modern. Elemen pendukung identitas juga sudah memiliki keterkaitan dalam identitas yang menjadi ciri khas museum ini. Berada di kota modern menjadikan museum ini memiliki sifat modern begitupula kemasan dalam penyajiannya, baik kegiatan maupun identitas visual.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

3.1.1 Jenis dan Sumber Data

3.1.1.1 Teknik sampling

A. Populasi

Populasi diartikan sebagai sekumpulan unsur atau elemen yang menjadi objek penelitian. Elemen populasi ini biasanya merupakan satuan analisis. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek / subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011:80). Dalam perancangan identitas visual Museum Anak Kolong Tangga yang menjadi populasi adalah pihak *stakeholder* yaitu Museum Anak Kolong Tangga.

B. Sampel

Pengertian dari sampel adalah sebagian subjek dalam populasi yang diteliti, yang sudah tentu mampu secara representatif dapat mewakili populasinya (Sabar, 2007). Jika *stakeholder* adalah populasi, maka sampel yang diambil agar dapat mewakili seluruh populasi tentunya adalah pihak yang menduduki posisi tertinggi dalam sebuah populasi, jika sebuah lembaga atau perusahaan, maka sampel yang bisa diambil adalah direktur atau pimpinan perusahaan sehingga pada perancangan identitas visual Museum Anak Kolong Tangga, penggalan data dilakukan dengan cara melakukan wawancara terhadap narasumber, yakni kurator museum atau pimpinan museum, Bapak Rudi Corens.

3.1.1.2 Data Primer

Data primer ini adalah hasil wawancara yang diperoleh terhadap aspek-aspek terkait pada museum, diperoleh dari kurator yang merupakan *stakeholder* dari Museum Anak Kolong Tangga. Data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya digunakan sebagai acuan dan pembanding. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Selain melakukan wawancara, juga dilakukan aktifitas observasi langsung ke museum. Adapula tahap *depth interview* kepada beberapa responden. Pada proses *depth interview*, penulis mendatangi beberapa orang tua murid dan melakukan tanya jawab secara personal satu persatu, hal ini dimaksudkan untuk mendapatkan argumen yang *fresh* dari setiap individu responden yang potensial.

3.1.1.3 Data Sekunder

Penelitian juga didukung dengan data sekunder yang bersumber dari :

- Buku
- Artikel media cetak
- Artikel media elektronik
- Studi eksisiting
- Studi komparator

3.1.2 Tahap Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat tahap yang dilakukan untuk menunjang penelitian, antara lain :

1. Tahap pengumpulan data

a) Wawancara

Sumber data wawancara dilakukan terhadap beberapa narasumber, antara lain :

- Bpk. Rudi Corens selaku kurator Museum Anak Kolong Tangga. Data yang digunakan adalah untuk mengetahui tentang :



Gambar 3.1 Wawancara dengan Bapak Rudi Corens,
Kurator Museum Anak Kolong Tangga
(Sumber : Dokumen pribadi)

- Pengetahuan mengenai museum: latar belakang museum, visi dan misi Museum Anak Kolong Tangga
 - Perkembangan museum dari tahun 2008 hingga saat ini
 - Prinsip, citra dan tugas museum
 - Target audien museum
 - Masalah atau kendala yang dihadapi museum
 - Apresiasi masyarakat dari sudut pandang museum
 - Harapan dan keinginan museum kedepan
 - Rencana pembangunan museum kedepan
- Ibu Fitria Yuniarti selaku sekretaris umum museum. Hasil data yang digunakan adalah untuk mengetahui tentang :
 - Latar belakang perusahaan sebagai museum swasta
 - Data jumlah kunjungan pengunjung yang datang
 - Data pegawai museum

b) Observasi

Pengamatan atau observasi yakni aktivitas terhadap suatu proses atau objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi-informasi yang

dibutuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian. Pada proses ini data yang didapatkan antara lain adalah :

- Audit visual Museum Anak Kolong Tangga untuk mengetahui masalah visual yang dimiliki museum serta menentukan media visual apa yang akan dirancang pada perancangan.
- Observasi terhadap koleksi museum unggulan atau segala hal yang ikonik dari museum yang dapat mewakili dan mendeskripsikan museum di mata masyarakat.

c) Depth Interview

Wawancara mendalam dilakukan agar lebih mengetahui tentang objek perancangan secara personal. Terkadang wawancara dan survei memberikan hasil yang bertentangan dengan perilaku aktual. Merekam orang dalam tindakan seperti mereka berinteraksi dengan produk atau jasa, apakah itu nyata atau buatan, akan memberi hasil yang lebih akurat pada apa yang sebenarnya dilakukan masyarakat terhadap apa yang mereka katakan mereka lakukan (Lee Terry Stone 2010). Dalam proses ini dilakukan seperti sebuah diskusi berinteraksi secara verbal. Penulis melakukan wawancara mendalam kepada responden yakni antara lain :

- 10 orang responden yang terdiri dari orang tua dan usia dewasa. Wawancara ini untuk mengetahui lebih dalam profil orang tua khususnya di wilayah Yogyakarta dan perilaku mereka terhadap museum.
- Empat orang responden dewasa yang sudah pernah datang ke Museum Anak Kolong Tangga. Penulis mendapatkan data mengenai pendapat para pengunjung dan masukan untuk museum.

2. Tahap identifikasi masalah analisis permasalahan didapat dari hasil wawancara mendalam dengan sang Kurator Museum Anak Kolong Tangga, yakni Bapak Rudi Corens. Beberapa permasalahan yang ada kemudian diidentifikasi sehingga dapat diselesaikan dengan cara desain sebagai hasil yang kemudian disimpulkan dalam perancangan ini.

3. Tahap Analisa Permasalahan, pada tahap ini terdapat permasalahan yang kemudian diambil solusinya secara desain sebagai *output* dalam perancangan identitas visual ini. Dilakukan juga perbandingan dengan data studi eksisting sebagai pembandingan.

4. Tahap Pengambilan Keputusan, terdapat keputusan atau hasil akhir dalam perancangan ini yang diambil dari proses analisis dan identifikasi sebelumnya untuk menghasilkan solusi desain yang paling tepat.




3.2 Metode Perancangan Konsep Desain

Analisa ini dengan melakukan beberapa metode yang sesuai untuk karakter museum sehingga diharapkan menghasilkan hasil yang tidak berbeda jauh dengan karakter museum sendiri. Hal ini diperuntukkan untuk menghindari sikap atau persepsi negatif dari masyarakat atau pengunjung dalam melihat sebuah identitas.

3.2.1 Analisa Bentuk

Bentuk juga bisa digunakan untuk menarik respon dari pengunjung. Penggunaan bentuk yang efektif akan secara psikologi memotivasi pengunjung, menginspirasi pengunjung dan menimbulkan rasa ingin tahu pengunjung kadang tanpa pengunjung sadari. Pada sebuah logo terdapat nilai psikologis yang dapat diartikan jika disangkupautkan dengan bentukan dasar sebuah benda. Bentuk yang umum akan membuat logo mudah diidentifikasi oleh masyarakat¹. Dalam desain grafis terdapat bentukan-bentukan sederhana yang memiliki respon secara psikologis, antara lain :

¹ Kevin Budelmann, Yang kim & Curt Wozniak. 2010. *Essential Elements for Brandy Identity*. Rockport Publisher, Inc. Hal .32. Op Cit.

Bentuk	Respon Psikologis
	Koneksi, komunitas, keseluruhan, ketahanan, pergerakan, keamanan, kehangatan, kenyamanan, dinamis, bergerak, kecepatan, abadi, kualitas, dapat diandalkan, sempurna.
	Keteraturan, logis, keamanan, kepadatan, umum, stabil, kokoh, teguh, kejujuran, integritas.
	Energi, keseimbangan, hukum, ilmu, agama, kokoh, megah, kekuatan, harapan, terarah, suci, sukses, sejahtera.

Tabel 3.1 Bentuk dan respon psikologi

Bentuk yang digunakan bisa menjadi sangat menarik untuk sebuah logo dan kebanyakan mampu dalam menyampaikan sebuah identitas dalam logo (Kevin Budelmann 2010). Misalnya menggunakan bentukan yang mengandung makna yang dimaksudkan untuk menggambarkan *image* pada museum, seperti lingkaran dan persegi untuk memberikan penggambaran kehangatan dan perasaan aman. Makna dari setiap bentukan digunakan dalam proses pembuatan logo Museum Anak Kolong tangga.

3.2.2 Analisis Benda Koleksi Museum

Pendekatan dari analisis benda yang digunakan sebagai dasar pembuatan logo. Kebanyakan benda yang digunakan ini termasuk dalam mainan anak tradisional paling khas yang ada di dalam museum. Penulis menggunakan benda-benda tersebut karena dapat menonjolkan diferensiasi yang jelas berkaitan dengan museum mainan tradisional dan juga sebagai nilai yang dimiliki Museum Anak Kolong Tangga sendiri. Analisa bentuk digunakan dalam menggambarkan salah satu dari empat poin *keyword* yakni mainan tradisional. Analisa benda juga mampu dalam mengarahkan atau menunjukkan makna kepada pengunjung (Kevin Budelmann 2010).

Analisa bentuk dilakukan untuk menonjolkan kepribadian dari Museum Anak Kolong Tangga dari ciri khas museum, benda yang berasal dari kebudayaan sangat

berkarakter, karena nilai historinya yang tinggi, dan benda budaya memiliki nilai edukasi, sosial, ideologi, religi, dan kesenian yang merupakan warisan sosial.

Benda	Ciri Khas
 <p>Gambar 3.2 Layangan</p>	<p>Merupakan lembaran bahan tipis yang berkerangka yang diterbangkan ke udara dan terhubung dengan tali atau benang ke daratan atau pengendali</p>
 <p>Gambar 3.3 Bekel</p>	<p>Berasal dari Jawa Tengah, biasanya dimainkan oleh anak-anak perempuan 2-4 orang. Terdapat bola karet yang dapat memantul beserta 10 biji bekel.</p>
 <p>Gambar 3.4 Gangsing</p>	<p>Merupakan mainan yang bisa berputar pada poros dan kesetimbangan pada satu titik.</p>
 <p>Gambar 3.5 Bunga kertas</p>	<p>Khas dengan warna-warni yang sangat disukai oleh anak perempuan khususnya. Betuknya ajaib, ketika ditutup terlihat biasa saja, namun begitu diputar akan membentuk tiga bulatan cantik yang saling bersebelahan.</p>

 <p>Gambar 3.6 Kincir angin</p>	<p>Bentuknya seperti kincir angin pada umumnya dengan memanfaatkan angin kemudian diubah menjadi kekuatan mekanik.</p>
 <p>Gambar 3.7 Enggrang</p>	<p>Adalah permainan berjalan dengan menaiki bambu, permainan dapat dilakukan oleh satu orang saja.</p>

Tabel 3.2 Bagan analisa bentuk maian tradisional

3.2.3 Metode Kreatif

Dalam perancangan ini, penulis menggunakan metode kreatif untuk mengolah semua ide-ide yang tercetus dan menurunkannya dalam sebuah desain. Metode kreatif yang penulis lakukan adalah dengan menggunakan tabel matriks morfologi. Sebuah matriks morfologi pada dasarnya adalah tabel dengan komponen desain logo di kolom sebelah kiri dan ide-ide perancang berada disebelah kanan (Adham Dannaway 2012). Ide tersebut berasal dari proses *brainstorming* seorang desainer mengenai apa saja seluruh hal yang berhubungan dengan *stakeholder*. Pada sebuah museum, benda museum menjadi salah satu daya tarik yang dapat 'dijual' dan ditonjolkan sehingga mendapatkan poin diferensiasi dengan museum lainnya. Museum Anak Kolong Tangga adalah museum mainan anak tradisional satu-satunya di Indonesia. Untuk mainan dan tradisional menjadi poin inti dalam penalaran metode kreatif ini. Selain untuk memetakan ide-ide, tabel matriks morfologi juga sebagai jalan untuk menciptakan simbol unik yang dapat orang lain ingat.

3.3 Analisa Data

Hasil dari wawancara mendalam yang dilakukan dengan Bapak Rudi Corens, Kurator Museum Anak Kolong Tangga, museum berdiri sejak tahun 2008 merupakan museum mainan anak tradisional satu-satunya di Indonesia, hal tersebut yang menjadi diferensiasi dengan museum lainnya dan hal yang menonjolkan dibandingkan dengan museum lainnya di Indonesia. Namun dengan tidak adanya identitas visual yang terintegrasi membuat Museum Anak Kolong Tangga tidak mampu bersaing dengan museum lainnya. Citra yang ingin ditampilkan kepada masyarakat tidak begitu terlihat. Museum yang saat ini sedang dalam proses membenahi *image* museum agar lebih baik lagi kedepannya, mencoba membuat beberapa pedoman dan catatan langkah penting dalam membangun museum. Fakta dari beberapa responden wawancara mendalam yang tidak mengetahui keberadaan museum yang padahal berada di kawasan Taman Budaya Yogyakarta dan Malioboro serta berdampingan langsung dengan Taman Pintar, membuat museum harus lebih bekerja keras untuk lebih memberikan pengenalan kepada masyarakat, karena dapat disimpulkan bahwa minat orang tua murid untuk mengajak anaknya ke museum sangat tinggi.

Untuk lebih mengenalkan museum, cara yang paling awal dalam menangani masalah visual adalah dengan mengolah sistem identitas dengan integritas yang jelas pula. Dalam sebuah pedoman museum, terlihat rencana membuat beberapa pembenahan yang bertahap yang akan dilakukan selama kedepannya. Museum memiliki rencana untuk memperbesar wilayah dan memperindah bagian-bagian museum, dengan sistem visual yang terintegrasi, hal tersebut akan terfasilitasi dan divisualkan. Unsur yang ingin ditonjolkan museum adalah tradisionalitas. Museum sangat bertolak belakang dengan keberadaan teknologi yang digenggam tangan anak-anak pada zaman sekarang. Museum hadir untuk mengenalkan kembali mainan dan permainan tradisional yang kaya akan nilai budaya dan pembelajaran. Museum memiliki prinsip bahwa dengan bermain secara tradisional anak akan memegang barang yang nyata, selain itu ada kebersamaan dan rasa ingin tahu ketika anak bermain. Mainan tradisional merupakan harta yang dimiliki orang zaman dahulu yang kemudian dipersembahkan ke zaman sekarang. Museum peduli kepada apa yang terjadi saat ini adalah tindak lanjut dari kejadian masa lalu.

Museum bertanggung jawab untuk memberikan *display* yang memadai untuk membantu memberikan pemahaman tentang mainan dan permainan tradisional kepada anak-anak.

Dalam menunjang keberadaan museum, sebuah identitas dapat menjadi unsur yang menonjolkan diferensiasi dengan museum lainnya. Karakter tersebut yang kemudian direalisasikan dan diartikan dalam sebuah desain. Ketika benang merah telah dibangun, maka akan ada integritas visual yang mengikat dan menggambarkan bahwa hal tersebut menyangkut tentang Museum Anak Kolong Tangga. Untuk membangun *image* lebih baik dan maksimal lagi, museum membutuhkan identitas visual yang didalamnya terdapat sistem yang kemudian dapat diimplementasikan dalam penerapan identitas secara teratur. Museum sebagai *stakeholder* yang harus didengarkan keinginannya, memberikan beberapa gambaran yang kemudian penulis gambarkan dalam visual. Keinginan tersebut menjadi tolak ukur dalam perancangan ini. Beberapa metode dilakukan untuk proses pendekatan agar tidak bisa dengan karakter museum yang ingin dibangun. Seperti metode pendekatan bentuk dan benda yang ada didalam museum. Pendekatan tersebut merupakan hasil dari observasi secara langsung yang dilakukan penulis agar mengetahui dengan jelas benda-benda apa saja yang ada didalam museum.

Sesuai dengan observasi yang dilakukan, bahwa museum sebaiknya memiliki suatu rangkaian identitas yang terintegrasi menggambarkan visi, misi dan citra museum sebagai museum mainan tradisional anak. Dari hasil pengumpulan data serta analisa baik melalui metode penelitian dan proses berunding diskusi dengan pihak museum, tercetuslah sebuah konsep desain dan kriteria yang menunjang proses desain. Konsep tersebut adalah berasal dari kata 'Bungah lan Sinau Dolanan Tradisional' yang artinya 'Bergembira dan Belajar dengan Mainan Tradisional'. Konsep ini menggambarkan museum sebagai museum mainan anak tradisional yang memiliki keunikan dan nilai yang dapat ditonjolkan yakni mainan tradisional tersebut. Museum yang bertolak belakang dengan modernisasi ingin memberikan dan menyadarkan kembali bahwa setiap mainan tradisional memiliki nilai dan makna lebih dibandingkan hanya dengan bermain *gadget* saja. Khususnya bagi anak yang sedang tumbuh besar, mainan tradisional dapat menjadi sarana pembelajaran

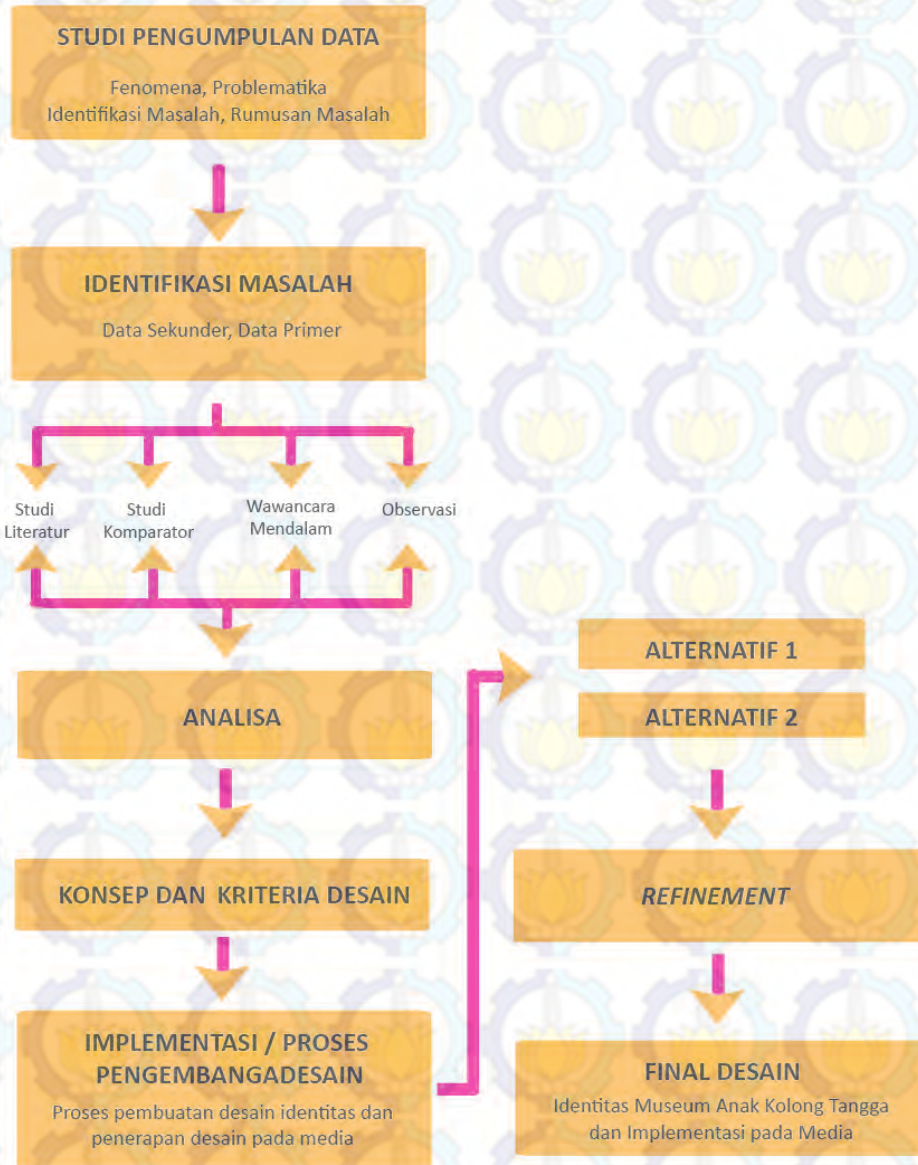
sekaligus media yang dapat memberikan kebahagiaan. Konsep kemudian diturunkan kedalam sebuah kriteria-kriteria desain yang menjadi dasar penting penggambaran museum dalam sebuah desain. Kriteria tersebut adalah sebagai berikut :

- Menonjolkan penggambaran dan kesan mainan tradisional yang sesuai dengan mainan tradisional di Museum Anak Kolong Tangga
- Penggambaran memiliki dan merepresentasikan makna yang sesuai
- Menggunakan warna yang cocok dan disukai oleh anak-anak namun tetap berkesan tradisional
- Tidak menggambarkan dan bersifat modernisasi
- Menggunakan tipografi yang jelas keterbacaannya dan memberikan kesan tradisional
- Penggunaan *naming* sesuai, jelas, dan tidak menggunakan singkatan

3.4 Bagan Proses Riset dan Pengolahan Data

Dalam menghasilkan identitas visual pada Museum Anak Kolong Tangga yang sesuai maka dilakukan beberapa tahapan proses dan pengolahan data yang divisualisasikan dalam sebuah bagan sebagai berikut :

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL MUSEUM ANAK KOLONG TANGGA



Bagan 3.3 Bagan alur perancangan

BAB IV

KONSEP DESAIN

4.1 Deskripsi Perancangan

Pada perancangan ini yang berjudul “Perancangan Identitas Visual Museum Anak Kolong Tangga”, penulis bermaksud untuk membuat ulang sebuah identitas visual dari Museum Anak Kolong Tangga yang dapat mewakili identitas sebagai museum mainan dan permainan anak tradisional sebagai sarana edukasi budaya, yang diperkenalkan kepada masyarakat. Untuk konsep desain pada perancangan identitas visual Museum Anak Kolong Tangga diambil dari hasil studi analisis dan wawancara mendalam dengan *stakeholder* dari pihak museum. Hasil wawancara berupa penggalan makna dan filosofi khusus yang diimplementasikan dalam logo museum yang baru. Dalam sebuah identitas visual berguna untuk memperkenalkan dan mengenalkan citra museum yang kemudian dapat diwakilkan dengan sebuah logo. Identitas logo serta pengaplikasiannya disesuaikan dengan keinginan *stakeholder* didasarkan oleh visi dan misi dari Museum Anak Kolong Tangga, Yogyakarta.

4.2 Konsep dan Kriteria Desain

Konsep desain diambil dari hasil studi analisis dan wawancara mendalam dengan *stakeholder* yang kemudian dilakukan penggalan makna dan filosofi khusus pada logo Museum Anak Kolong Tangga yang baru. Adapun konsep desain yang akan dibuat pada logo adalah logo dengan menggunakan pendekatan bentuk dan benda dari mainan---mainan tradisional. Begitu pula dengan desain elemen lainnya dan penerapan identitas pada media di Museum Anak Kolong Tangga, warna dan tipografi juga menonjolkan sifat tradisional. Tradisionalitas sangat ingin ditonjolkan oleh museum, karena prinsip museum yang bertolak belakang dengan keberadaan modernitas yang ada pada zaman saat ini. Hal tersebut di analisis untuk memperkuat citra Museum Anak Kolong Tangga.

Ouput yang dihasilkan didalam perancangan ini adalah identitas visual berserta dengan implementasinya ke beberapa media yang digunakan dan mampu mewakili identitas Museum Anak Kolong Tangga secara visual. Media penerapan identitas

yang dihasilkan meliputi kebutuhan *office, marketing & connection tools*, dan *environmental graphic design*. Identitas visual guna menyampaikan visi misi serta citra yang ingin dibangun oleh Museum Anak Kolong Tangga dalam bentuk visual yang konsisten dan mampu menggambarkan kepribadian museum. Visual yang akan ditampilkan adalah tampilan museum yang bersinggungan dengan kebudayaan, tradisionalitas dan wawasan berpendidikan.

Identitas visual menjadi penting karena sebagai alat mengidentifikasi identitas, mengkomunikasi pesan visi misi agar tercipta hubungan personal terhadap museum. Sehingga menumbuhkan kesadaran masyarakat akan keberadaan museum sebagai museum mainan dan permainan anak tradisional. Identitas visual dipilih sebagai alat untuk menunjang proses pengembangan museum untuk memperbesar wilayahnya agar animo masyarakat semakin meningkat kepada eksistensi museum. Hal tersebut didapat dari rangkaian alur penelitian yang sesuai dengan metode yang di gunakan, setelah itu terdapat konsep logo yang diambil dan akan dibuat antara lain :

1. Sesuai dengan visi, misi dan citra yang ingin ditampilkan serta permintaan dari *stakeholder*
2. Memberikan penggambaran akan sifat tradisionalitas dengan unsur menarik sebagai museum mainan anak.
3. Memiliki nilai khas, keunikan dan diferensiasi yang menonjol dan jelas.

Dari konsep yang sifatnya luas kemudian diturunkan kedalam sebuah kriteria desain yang mengerucut Dari hasil pengumpulan data serta analisa baik melalui metode penelitian dan proses berunding diskusi dengan pihak museum, tercetuslah sebuah konsep desain dan kriteria yang menunjang proses desain. Konsep tersebut adalah berasal dari kata 'Bungah lan Sinau Dolanan Tradisional' yang artinya 'Bergembira dan Belajar dengan Mainan Tradisional'. Konsep ini menggambarkan museum sebagai museum mainan anak tradisional yang memiliki keunikan dan nilai yang dapat ditonjolkan yakni mainan tradisional tersebut. Museum yang bertolak belakang dengan modernisasi ingin memberikan dan menyadarkan kembali bahwa setiap mainan tradisional memiliki nilai dan makna lebih dibandingkan hanya dengan bermain *gadget* saja. Khususnya bagi anak yang sedang tumbuh besar, mainan tradisional dapat menjadi sarana pembelajaran sekaligus media yang dapat memberikan kebahagiaan. Konsep kemudian diturunkan kedalam sebuah kriteria-

kriteria desain yang menjadi dasar penting penggambaran museum dalam sebuah desain. Kriteria tersebut adalah sebagai berikut :

Menonjolkan penggambaran dan kesan mainan tradisional yang sesuai dengan mainan tradisional di Museum Anak Kolong Tangga (*picturemark* mainan tradisional)

Penggambaran memiliki dan merepresentasikan makna yang sesuai

Menggunakan warna yang cocok dan disukai oleh anak---anak namun tetap berkesan tradisional

Tidak bersifat modern

Menggunakan tipografi yang jelas keterbacaannya dan memberikan kesan tradisional

Penggunaan *naming* sesuai, jelas, dan tidak menggunakan singkatan

Didalam logo terdapat *picturemark* dari mainan tradisional dan merupakan hasil dari metode matriks morfologi sehingga terangkai sebuah makna yang dalam pada desain logo tersebut yang menggambarkan mainan anak tradisional.

4.2.1 Media Penerapan Identitas

Penerapan identitas yang ditampilkan dengan konsisten akan memberi gambaran pada masyarakat bahwa entitas tersebut konsisten dan profesional. Prinsip *unity* diterapkan dalam identitas ke seluruh media aplikasinya. Media yang ada dalam perancangan ini adalah berdasarkan dari media yang sesuai dengan kebutuhan museum, seperti dalam internal museum dan kegiatan museum diluar. Penerapan identitas yang baru juga diterapkan dan didesain ulang pada media identitas yang lama. Beberapa media yang telah ada terdapat di penjelasan pada bab sebelumnya. Selanjutnya dalam perancangan ini, penulis membuat penerapan media baru yang sesuai dengan kegiatan dan mendukung langkah---langkah museum kedepannya yang sedang melakukan pembenahan Museum Anak Kolong Tangga baik dari segi luas, *image*, hingga tatanan museum dengan menambahkan ruang teater, galeri seni dengan tema yang dibedakan satu dengan lainnya. Selain itu, museum juga ingin menambahkan fungsi dengan membangun perpustakaan riset berisikan buku koleksi sang kurator dan banyak buku lainnya bertemakan anak dan mainan.

Penerapan identitas pada identitas yang baru sesuai dengan keinginan dan kebutuhan *stakeholder*, yakni atas dasar :

Berhubungan dengan mainan dan tradisionalitas, sehingga akan semakin menegaskan poin penting yang ditawarkan museum, yakni sebagai museum yang memamerkan kekayaan budaya berupa mainan dan permainan anak tradisional.

Menjadi media penunjang yang dapat membangun persepsi museum mainan dan permainan anak tradisional.

Merupakan media yang mampu mewujudkan bentuk atau visual dari kepribadian atau ciri khas dari museum, sehingga mampu menyampaikan pesan---pesan yang terkandung didalam identitas visual kepada masyarakat atau.

Dalam merancang kebutuhan bagi produk yang bertemakan budaya seperti museum, kebutuhan tersebut diperkirakan tatanan dan rancangan identitas visual agar terjadi integritas dan konsistensi terhadap setiap penggunaan media pada museum. Berikut adalah pertimbangan media implementasi berdasarkan tiga poin yakni *pre---service experience*, *during service experience*, dan *pre---service experience* (Kyongsiill Lee, 2013). *Touchpoints, of course, are all the various points of contact between a brand and the consumers who encounter it. They include packaging, advertising, the in---store experience, telephone product support, and the like. To design a cohesive experience, all the touchpoints should be integrated. Touchpoints include the physical environment in which a service takes place as well as the tangible commodities associated with it—a package that we call “the servicescape”* (Gloppen, 2009). Media adalah semua titik yang memiliki kontak antara merek dan konsumen, seperti kemasan, iklan, pengalaman di dalam toko, telepon dan lain sebagainya. Untuk merancang pengalaman yang kohesif semua *touchpoints design* harus diintegrasikan. *Touchpoints design* dapat diklasifikasikan dalam disiplin desain sebagai berikut : **a. Space design** adalah yang bersangkutan dengan arsitektur, interior dan ruang pameran.

b. Product design adalah yang bersangkutan dengan furniture, kios, ATM, dan *shopping charts*

- c. **Identity design** adalah yang bersangkutan dengan logo, kop surat, kartu nama, *signage*, *seragam*, kendaraan dan lain sebagainya.
- d. **Advertising and graphic design** adalah yang bersangkutan dengan *flyer*, iklan, brosur, *email*, *bill*, dan lain sebagainya.
- e. **New media design** adalah yang bersangkutan dengan *website*, *blog*, *mobile apps*, *virtual interface*, *social networking sites*.



Tabel 4.1 Bagan *Brand touchpoint wheel*

Brand touchpoint wheel adalah konsep yang memberikan gambaran mengenai aspek bagi pengguna terhadap interaksi dengan desain pada proses pra---pembelian, pembelian dan pasca---pembelian.



Tabel 4.2 Bagan *Brand touchpoint wheel* Museum Anak Kolong Tangga

Media yang digunakan adalah sesuai dengan kebutuhan tiap---tiap bidang usaha seperti juga pada sebuah museum. Untuk itu berikut adalah daftar media yang didalamnya terdapat penarapan desain identitas yang baru, antara lain :

1.	Office tools	Fungsi
	<p><i>Stationary</i></p> <p>Amplop Kop surat</p> <p>Stempel</p> <p>Map holder</p> <p>Kartu nama dan id card</p> <p>CD dan CD cover</p>	<p>Identitas yang diimplementasikan penerapannya dalam media tidak sekedar menjadi materi simbolik semata, namun menjadi sebuah item yang memiliki fungsi. <i>Stationary set</i> adalah benda beridentitas yang digunakan untuk keperluan kantor museum.</p>

	<i>Uniform</i>	Seragam kantor Seragam pemandu	Merupakan upaya menumbuhkan rasa percaya diri, disiplin yang direfleksikan melalui perilaku. Seragam ini memudahkan pengunjung meminta informasi, identitas sebagai pegawai akan tergambar jelas. Disiplin ilmu yang dipakai akan tersampaikan, karena karakter identitas museum tersampaikan ke lingkungan museum.
2.	Marketing dan communicatin tools		Fungsi
	<i>Indoor</i>	<i>Booklet</i> <i>Brosur</i> <i>Website dan social media</i>	Media ini sebagai alat identitas yang diberikan kepada masyarakat saat memasuki museum, <i>booklet</i> berisikan penjelasan tentang apa saja yang ada di museum. Pengunjung akan mendapatkan informasi dengan membaca beberapa artikel didalamnya
	<i>Outdoor</i>	Poster, <i>Flyer</i> , Umbul---umbul, Iklan Koran dan Majalah Tiket, <i>Vehicle</i>	Sebagai media presentasi dan promosi untuk menyampaikan pesan, mendapatkan perhatian dan membuat pesan yang dapat diingat
	<i>Souvenir</i>	<i>Notebook</i> , kaos, kartu pos, gantungan kunci, pin, <i>totebag</i> , mug,	Sebagai kenang---kenangan, pelengkap dan penunjang, karena bahan ini bersifat kebutuhan.
	<i>Museum's shop</i>	<i>Price Tag</i> <i>Paper bag</i>	Sebagai penunjang dari toko museum yang menjual beberapa mainan tradisional anak
3.	Environmental graphic design		Fungsi
	<i>Outdoor signage</i>	<i>Welcome sign</i> Peta Petunjuk arah <i>Wallpaper</i>	Sebagai satuan sistem informan berupa ikon penanda memberikan informasi mengenai tempat atau zona museum. Memberikan kemudahan pencarian informasi dan arah. Media ini memuat denah museum dan petunjuk arah utama yang memiliki sifat <i>to the point</i>

4.3.3 Makna Denotasi *Keyword*

Keyword yang digunakan adalah 'Bungah lan sinau bareng dolanan tradisional'. Makna denotasi adalah makna sebenarnya dari *keyword* tersebut. *Keyword* berasal dari bahasa Jawa yang apabila diartikan kedalam bahasa Indonesia adalah 'Bergembira dan Belajar Bareng Mainan Tradisional'. *Keyword* fokus menonjolkan mainan tradisional yang menjadi diferensiasi museum ini dengan museum lainnya. Museum Anak Kolong Tangga merupakan museum mainan anak tradisional satu---satunya di Indonesia. Menurut KBBI bergembira adalah merasa bersuka hati, riang senang hati. Menurut KBBI belajar adalah berusaha memperoleh kepandaian atau ilmu. Sedangkan mainan tradisional adalah mainan yang dimainkan oleh anak---anak jaman dulu.

4.3.4 Makna Konotasi *Keyword*

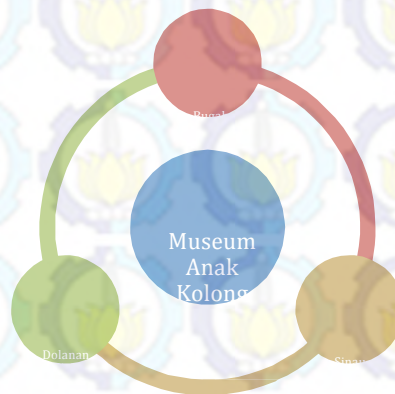
Keyword yang digunakan adalah 'Bungah lan sinau bareng dolanan tradisional'. Makna konotasi adalah makna tidak sebenarnya dari *keyword* tersebut. *Keyword* dibuat dari bahasa Jawa yang mewakili tradisionalitas yang artinya 'Bergembira dan Belajar Bareng Mainan Tradisional'. Ketika bermain dengan mainan tradisional kita akan merasa bahagia serta tanpa disadari sebagai pemain kita akan mendapatkan pembelajaran yang dapat diambil, khususnya dapat diaplikasikan dalam kehidupan. Bergembira karena mainan tradisional sangat unik dan tidak sedikit yang dimainkan secara bersama---sama, maka akan ada rasa kebersamaan dan suka cita yang dirasakan.

Prinsip museum yakni mengajak kembali masyarakat untuk bermain permainan tradisional daripada bermain dengan *gadget* atau mainan elektronik lainnya. Museum memberikan dan menghadirkan pengalaman tentang mainan dan permainan anak tradisional agar memberikan pengetahuan kepada masyarakat masa kini.

4.4 Proses Desain

4.4.1 Studi dan Analisa *Word List*

Setelah menemukan *keyword* Museum Anak Kolong Tangga, langkah selanjutnya adalah menganalisa *word list* yang berasal dari *keyword* Museum Anak Kolong Tangga. Studi dan analisa ini bertujuan untuk menemukan kata-kata yang tepat sebagai parameter yang sekaligus berfungsi sebagai gagasan yang akan diterjemahkan dalam bentuk visual pada proses perancangan desain logo Museum Anak Kolong Tangga. 'Bungah lan sinau bareng dolanan tradisional' dijabarkan digambarkan kedalam beberapa komponen gambar. Daftar kata yang mewakili penggambaran identitas museum adalah kata bungah (bergembira), sinau (belajar), dan dolanan tradisional (mainan tradisional).



Bagan 4.2 Bagan *word list*

4.4.2 Analisa Benda

Benda yang digunakan sebagai dasar pembuatan logo adalah mainan anak tradisional paling khas yang ada di dalam museum. Penulis menggunakan benda-benda tersebut agar tidak ada perbedaan persepsi masyarakat. Analisa bentuk digunakan untuk dasar pemilihan jenis mainan yang menonjol di museum dan tidak asing di mata masyarakat.

Benda	Ciri Khas	Filosofi
 <p>Gambar 4.1 Layangan (Sumber : Google Image)</p>	Merupakan lembaran bahan tipis yang berkerangka yang diterbangkan ke udara dan terhubung dengan tali atau benang ke daratan atau pengendali	Gambaran kebebasan namun tetap berada dalam pengawasan. Semakin tinggi uluran benang maka akan semakin mulia, dengan mempertahankan keseimbangan saat bertarung dengan angin yang semakin kuat.
 <p>Gambar 4.2 Bekel (Sumber : Dokumentasi pribadi)</p>	Berasal dari Jawa Tengah, biasanya dimainkan oleh anak-anak perempuan 2--4 orang. Terdapat bola karet yang dapat memantul beserta 10 biji bekel.	Untuk mengejar sesuatu yang tinggi kita harus bekerja keras (memantul) maka akan melambung semakin tinggi.
 <p>Gambar 4.3 Gasing (Sumber : Dokumentasi pribadi)</p>	Merupakan mainan yang bias berputar pada poros dan kesetimbangan pada satu titik.	Gasing berputar dengan seimbang begitu pula dengan hidup manusia yang juga harus berputar secara seimbang.
 <p>Gambar 4.4 Bunga Kertas (Sumber : Dokumentasi pribadi)</p>	Khas dengan warna-- warni yang sangat disukai oleh anak perempuan khususnya. Bentuknya ajaib, ketika ditutup terlihat biasa saja, namun begitu diputar akan membentuk tiga bulatan cantik yang	Hal yang indah selalu ada pada didalam diri kita, tidak perlu terlihat dari luar.

 <p>Gambar 4.5 Kincir angin (Sumber : Dokumentasi pribadi)</p>	<p>Bentuknya seperti kincir angin pada umumnya dengan memanfaatkan angin kemudian diubah menjadi kekuatan mekanik.</p>	<p>Hidup terus berputar bergantung dengan keberadaan alam yang saling menyeimbangkan, seperti hembusan angin yang dapat memutar kincir angin.</p>
 <p>Gambar 4.6 Enggrang (Sumber : Google image)</p>	<p>Adalah permainan berjalan dengan menaiki bambu, permainan dapat dilakukan oleh satu orang saja.</p>	<p>Butuh tekak dan keberanian untuk melakukan apapun, percaya pada diri sendiri merupakan salah satu kuncinya.</p>

Tabel 4.3 Bagan analisa bentuk maianan tradisional

Berdasarkan analisis diatas, dari beberapa benda yang ada, dikategorikan berdasarkan ciri khas dan makna serta pembelajaran yang terkandung pada tiap---tiap mainan tersebut. Pemilihan bentuk atau beda digunakan karena :

1. Ingin menonjolkan kepribadian dari Museum Anak Kolong Tangga dari ciri khas museum
2. Benda yang berasal dari kebudayaan sangat berkarakter, karena nilai historinya yang tinggi.
3. Benda budaya memiliki nilai edukasi, sosial, ideologi, religi, dan kesenian yang merupakan warisan sosial.

4.4.2 Metode Kreatif

Setelah melakukan beberapa penelitian selanjutnya word list dan analisa benda menjadi komponen gambar yang kemudian diproses dalam matriks morfologi. Cara tersebut membantu desainer untuk melakukan *brainstorming* ide---ide. Cara ini sangat ampuh untuk mengatur pikiran perancang dan menggabungkan komponen bersama---sama untuk menciptakan konsep yang cerdas. Dalam

proses matriks morfologi, *word list* diolah kedalam bentuk visual diterjemahkan kedalam bentuk ilustrasi, ikonik dan tipografi. Tahap ini penulis menggambarkan *word list* tanpa ada batasan apapun, terdapat beberapa gambar yang mewakili setiap *word list* tersebut.

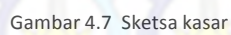


Bagan 4.4 Bagan word list

Langkah selanjutnya adalah proses 'tebang pilih' pada visual *word list*, serta proses '*mix and match*' gambar satu dengan gambar lainnya sehingga tercipta visualisasi yang baru dan cerdas.

4.4.3 Proses desain

Proses desain diawali dengan menggambar sketsa kasar dengan pensil pada secarik kertas. Proses ini berfungsi sebagai *brainstorming* bebas agar ide mengalir. Gambar sketsa bebas ini merupakan bentukan---bentukan mainan tradisional agar memberikan penggambaran langsung mengenai museum. Terdapat beberapa gambar yang kemudian akan dibuat dalam bentuk digital.



Setelah melakukan tahap eksplorasi sketsa kasar mengenai gagasan yang ingin diterjemahkan secara visual. Berikut adalah beberapa sketsa yang kemudian dibentuk dalam bentuk digital.



Gambar 4.8 Digitalisasi sketsa kasar

Proses digitalisasi ini agar mempermudah penggambaran sketsa, dengan diberikan warna sebagai pendukung penggambaran. Bentuk tersebut kemudian dikirim kepada pihak museum untuk dipilih mana yang sesuai dengan visi, misi dan citra museum serta beberapa aspek desain lain. Pihak museum sebagai *stakeholder* merupakan sumber utama dalam eksekusi desain. Setelah mendapatkan *feedback* dari pihak museum, kemudian penulis mengirimkan versi yang diberikan *logotype*. *Logotype* tersebut adalah hasil dari proses matriks morfologi pada elemen tulisan. Berikut adalah bentuk sketsa yang telah didigitalisasi dan kemudian diberikan *logotype*.



Setelah melakukan tahap eksplorasi mengenai gagasan digital kemudian terdapat masukan dari museum untuk menambah beberapa aspek makna dalam identitas, tidak hanya bentukan penggambaran langsung dengan mainan tradisional. Pembahasan pada alternatif logo diatas adalah dimana museum mencari gambaran yang sederhana yakni dengan gambaran permainan yang tentunya juga memiliki makna. Didasarkan pada hal tersebut, penulis melakukan metode kreatif dengan menggunakan matriks morfologi. Berikut adalah beberapa visualisasi pada sketsa dengan menggunakan metode matriks morfologi.

Gambar 4.10 Sketsa Matriks Morfologi

Gambar 4.10 Sketsa Matriks Morfologi

Visualisasi pada tabel matriks morfologi kemudian dipilih dan dilakukan penggabungan satu gambar dengan gambar yang lain, sehingga menimbulkan gambaran yang tidak diperkirakan atau *unpredictable*. Kini terdapat beberapa alternatif visual hasil dari proses tebang pilih serta *mix and match* pada tabel matriks morfologi. Kemudian dipilih beberapa ide dari sketsa kasar tersebut untuk dibuat menjadi digital.



Gambar 4.11 Digitaisasi sketsa matriks morfologi

Alternatif tersebut kemudian dikirim lagi kepada pihak *stakeholder*. Dari beberapa pilihan, pihak museum tertarik pada gambaran mainan gasing dengan tali yang memiliki gaya mengalir dilengkapi dengan kandungan makna yang dalam. Alternatif yang tidak terpilih seperti mainan kulit jeruk bali, dinilai kurang memberikan penggambaran tentang mainan yang terdapat di Museum Anak Kolong Tangga, pada mainan kelereng museum menyukai warna yang dipakai namun penggambarannya masih dinilai kurang jelas.

Beberapa bentuk tidak sesuai dengan museum, maka yang dapat mewakili sesuai dengan konsultasi kepada pihak *stakeholder* serta mengacu pada kriteria dan konsep desain, antara lain: bentuk layangan, bentuk mainan gasing, dan bentuk kelereng.



Gambar 4.12 Bentuk alternatif digital *picturemark* Museum Anak Kolong Tangga

Picturemark kemudian dipilih berdasarkan proses konsultasi dengan pihak *stakeholder* dan dianggap paling baik merepresentasikan visi misi, konsep dan citra yang ingin ditampilkan Museum Anak Kolong Tangga sebagai museum mainan anak tradisional. Dari empat *picturemark*, *stakeholder* memilih satu bentuk yang nantinya akan direalisasikan, logo tersebut dapat mewakili Museum Anak Kolong Tangga. Selain berkonsultasi dengan pihak *stakeholder*, juga dilakukan uji gambar pada beberapa responden agar lebih meyakinkan tentang penggambaran gasing sebagai perwakilan identitas Museum Anak Kolong Tangga.

Setelah memfokuskan proses desain pada bentuk gasing, maka didapatkan bentuk yang sesuai hasil dari proses analisa benda museum dan metode kreatif yakni matriks morfologi.

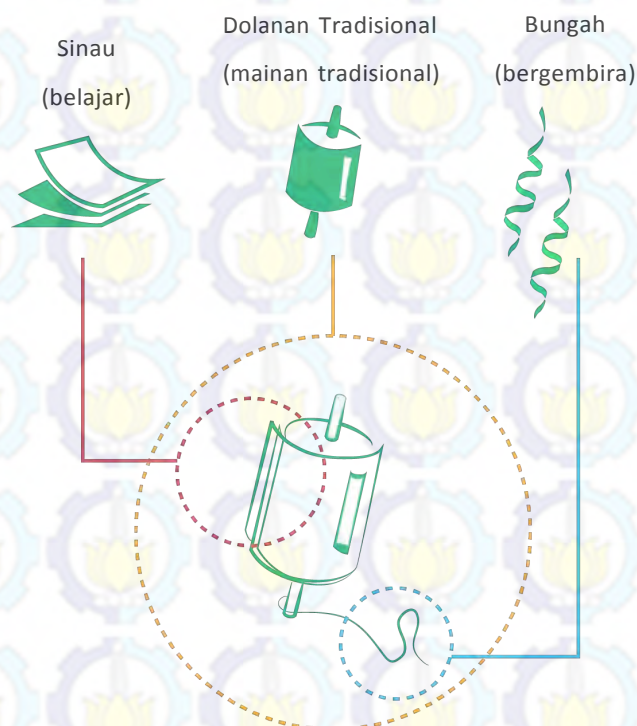


Gambar 4.13 Bentuk alternatif digital *picturemark* Museum Anak Kolong Tangga dalam bentuk gasing

Berdasarkan analisis diatas, dari banyaknya kemungkinan solusi dalam menerjemahkan gagasan dalam bentuk visual dipilih beberapa kemungkinan desain yang mewakili citra *stakeholder* berdasarkan :

- 1) Sesuai dengan visi, misi dan citra yang ingin ditampilkan serta permintaan dari *stakeholder*
- 2) Memberikan penggambaran akan sifat tradisionalitas dengan unsur menarik sebagai museum mainan anak.
- 3) Memiliki nilai khas, keunikan dan diferensiasi yang menonjol dan jelas.

Dengan didasari oleh metode kreatif, bagian *picturemark* memiliki makna dari unsur---unsur penyusunnya, antara lain adalah sebagai berikut :



Gambar 4.14 Analisa *Picturemark* Museum Anak Kolong Tangga dalam studi morfologikal matriks

Makna dari *picturemark* logo Museum Anak Kolong Tangga tersebut adalah :

Picturemark berbentuk ilustrasi mainan tradisional gasing. Gambar gasing memberikan penggambaran langsung kepada masyarakat mengenai Museum Anak Kolong Tangga sebagai museum mainan tradisional.


Bentukan gasing tersusun dari garis---garis lengkung yang saling berdekatan, merupakan gambaran sebuah buku yang digulung dan terlihat dari tampak samping. Buku adalah simbol dari proses belajar. Mainan tradisional merupakan media bermain yang edukatif, tidak hanya mengetahui teknik

bermain, namun kita dapat merasakan kebersamaan dan pelajaran hidup lainnya saat bermain mainan tradisional secara tidak langsung kita rasakan.

Untaian tali yang terhempas bebas menggambarkan kebahagiaan yang tidak dapat diukur dan dikeluarkan secara lepas tanpa beban. Tali bersifat mengikat namun sebenarnya tidak bersifat mengekang. Begitu juga dengan kebahagiaan, perasaan tersebut dapat dirasakan oleh siapapun tanpa beban. Bebas secara fleksibel berekspresi tentang segala hal. Hal itulah yang menjadi perilaku anak---anak saat bermain. Mereka bebas berekspresi namun nantinya dari mainan tersebut mereka akan banyak belajar tentang unsur kehidupan.

Makna dalam analisa benda koleksi museum:

Dalam bentukan *picturemark*, terdapat benda museum yakni mainan gasing. Benda tersebut berdasarkan yang menjadi koleksi museum. Metode ini dilakukan agar tidak ada bisa yang diterima saat pesan disampaikan kepada masyarakat. Benda museum memiliki filosofi tersendiri yang begitu dalam. Berikut adalah filosofi dari benda museum yakni gasing :


Benda	Ciri Khas	Filosofi
 <p>Gambar 4.14 Gasing</p>	Merupakan mainan yang bias berputar pada poros dan kesetimbangan pada satu titik.	Gasing berputar dengan seimbang begitu pula dengan hidup manusia yang juga harus berputar secara seimbang.

Tabel 4.4 Analisa benda koleksi museum yaitu gasing

Mainan gasing memiliki filosofi yang dalam. Pada kehidupan sebagai individu, hidup harus dilakukan dan dipenuhi secara seimbang. Hidup yang terus---menerus berputar membuat kita harus selalu menjaga keseimbangan.

Makna dalam analisa bentuk :

Dalam bentukan *picturemark*, terdapat bentukan yang berasal dari bentuk dasar. Setiap bentuk memiliki respon psikologisnya masing---masing. Pada *picturemark* yang terpilih terdapat bentukan yang dominan, yakni bentuk kotak. Berikut adalah respon psikologis dari bentuk kotak :

Bentuk	Respon Psikologis
	Keteraturan, logis, keamanan, kepadatan, umum, stabil, kokoh, teguh, kejujuran, integritas.

Tabel 4.5 Analisa bentuk dan respon psikologi

4.4.3 Kriteria Tipografi

Tipografi pada *picturemark* menjadi pendukung dan penjelas agar mampu memberikan informasi mengenai museum secara langsung. Tipografi digunakan untuk *logotype* dan *body text* pada penerapan identitas visual museum. Terdapat beberapa alternatif tipografi yang penulis rancang yang kemudian dapat disesuaikan dengan keberadaan *picturemark* pada logo. Jenis tipografi terdapat dalam beberapa macam, antara lain *handwriting* dan *sans serif*. Setelah menemukan *picturemark* sebagai salah satu komponen logo Museum Anak Kolong Tangga, selanjutnya adalah menemukan *logotype* yang mampu mendukung *picturemark* Museum Anak Kolong Tangga.

MUSEUM ANAK
KOLONG TANGGA

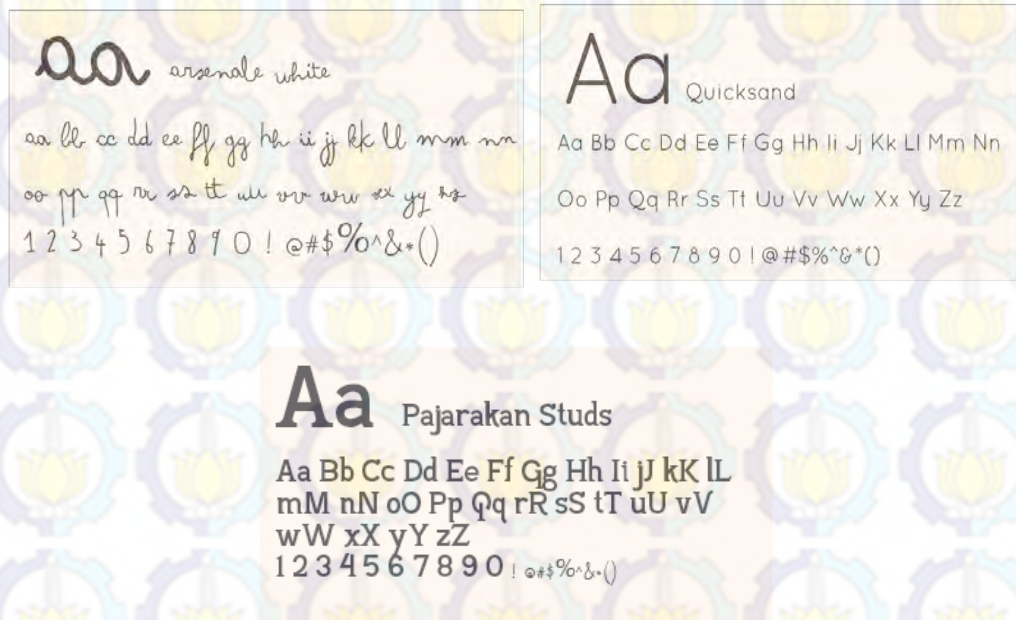


Gambar 4.15 Tipografi pada Museum Anak Kolong Tangga

Untuk mendukung keberadaan *picturemark*, maka dilakukan proses pencarian *logotype* yang tepat untuk logo Museum Anak Kolong Tangga. Sesuai dengan harapan dari pihak *stakeholder*, bahwa identitas harus sesuai dengan :

- 1) Sesuai dengan visi, misi dan citra yang ingin ditampilkan serta permintaan dari *stakeholder*
- 2) Memberikan penggambaran akan sifat tradisionalitas dengan unsur menarik sebagai museum mainan anak.
- 3) Memiliki nilai khas, keunikan dan diferensiasi yang menonjol dan jelas.

Maka dilakukan proses matriks morfologi untuk mencari tulisan yang tepat. Matriks morfologi pada tulisan telah terlampir pada tabel morfologi diatas. Berikut adalah alternatif pilihan *logotype* yang diajukan :



Hasil dari morfologi tersebut adalah jenis *font* yang cocok mendampingi *picturemark* yakni jenis font dengan jenis *handwriting* dan *sans serif*.



Gambar 4.16 Logotype pada Museum Anak Kolong Tangga

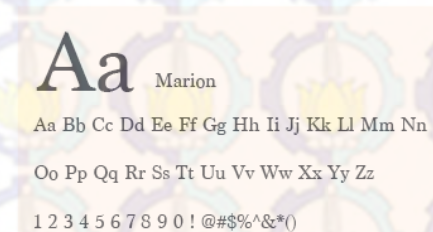
Jenis *font* diatas adalah : *Script* dengan nama *font* Arsenal White. Merupakan goresan tangan yang dikerjakan dengan pena, kuas atau pensil tajam dan biasanya miring ke kanan. Kesan yangditimbulkan adalah sifat pribadi dan akrab.



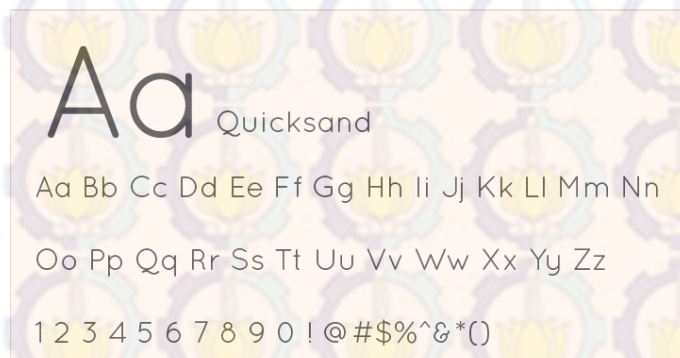
Gambar 4.17 *Logotype* pada Museum Anak Kolong Tangga

Jenis *font* diatas adalah : *Sans serif* dengan nama *font* Quicksand. Memiliki ciri tanpa sirip/*serif*, dan memiliki ketebalan huruf yang sama atau hampir sama. Kesan yang ditimbulkan oleh huruf jenis ini adalah modern kontemporer dan efisien. Jenis huruf ini tidak memiliki garis---garis kecil yang disebut *counterstroke*. Huruf ini berkarakter *streamline*, fungsional, modern, dan kontemporer.

Logotype yang terpilih adalah menggunakan tulisan anak, yang menggambarkan kesan natural yang apa adanya, mengandung unsur tradisionalitas dan unsur keceriaan. Selain menentukan *logotype*, adapula yang harus ditentukan yakni *font* pada *bodytext* sebagai penunjang penerapan identitas. Berikut adalah alternatif pilihan *logotype* yang diajukan :



Jenis *font* yang dinilai cocok adalah sama dengan yang terdapat pada *logotype* di logo. Hal ini dilakukan agar terdapat keseragaman dengan maksud dan tujuan yang sama, dan tidak terjadi bias pada masyarakat.



Gambar 4.18 *Bodytext* pada Museum Anak Kolong Tangga

Jenis *font* diatas adalah: *Sans serif* dengan nama font Quicksand. Memiliki ciri tanpa sirip/*serif*, dan memiliki ketebalan huruf yang sama atau hampir sama. Kesan yang ditimbulkan oleh huruf jenis ini adalah modern kontemporer dan efisien. Jenis huruf ini tidak memiliki garis---garis kecil yang disebut *counterstroke*. Huruf ini berkarakter *streamline*, fungsional, modern, dan kontemporer.

Untuk *bodytext* dan penerapan lainnya pada seluruh media Museum Anak Kolong Tangga baik dari media promosi, *stationary*, maupun *environmental graphic design*




4.4.4 Kriteria Warna

Dalam memilih warna yang akan memperkuat komponen logo Museum Anak Kolong Tangga, warna yang digunakan adalah warna yang mampu mempresentasikan citra museum sebagai museum mainan dan permainan anak tradisional. Warna yang mengacu pada tradisionalitas dan kekanak--kanakan atau warna yang cocok ditujukan oleh anak. Pihak *stakeholder* berharap warna yang digunakan menggambarkan tradisionalitas dan cocok untuk anak---anak. Warna yang digunakan adalah representasi dari tone warna gasing yang ada.



Gambar 4.19 Inspirasi logo dari mainan benda museum



	C: 0 M: 55.92 Y: 90.56 K: 0	R: 248 G: 138 B: 49
	C: 37.91 M: 58.51 Y: 80.11 K: 25.11	R: 134 G: 94 B: 60
	C: 37.85 M: 77.11 Y: 99.55 K: 50.63	R: 99 G: 46 B: 6

Gambar 4.20 Picture mark Museum Anak Kolong Tangga

Warna tersebut dipadupadankan kedalam susunan logo yang terdiri dari *picture mark* dan *logotype*. Makna dari warna *logotype* Museum Anak Kolong Tangga adalah :

Coklat melambangkan sifat tradisionalitas, maianan tradisional dekat dengan alam, saat bermain dengan alam anak akan berinteraksi dengan wilayah sekitar, merasakan kotornya tanah yang memberikan pembelajaran bagi mereka

Orange melambangkan kehangatan, keceriaan yang didapatkan dengan memainkan permainan tradisional. Saat bermain permainan tradisional akan ada unsur kerjasama, pantang menyerah dan semua hal tersebut seimbang dengan pembelajaran yang didapatkan.



Gambar 4.21 Logotype pada Museum Anak Kolong Tangga

4.4.5 Susunan Brandmark dan Logotype

Setelah alternatif *logotype* dan kriteria warna telah terpilih, untuk mendapatkan hasil desain akhir yang optimal maka terdapat beberapa alternatif desain untuk menentukan peletakan susunan antara *picturemark* dan *logotype*. Penentuan susunan ini dibuat agar memiliki susunan yang fleksibel dan aplikatif, sehingga nantinya logo Museum Anak Kolong Tangga mempunyai susunan antara *logotype* dan *brandmark* yang unik dan mempunyai diferensiasi.

Berikut adalah alternatif susunan *picturemark* dan *logotype*, susunan tersebut kemudian dipilih salah satu sebagai hasil akhir proses dari pembuatan logo Museum Anak Kolong Tangga.



Tabel 4.22 Aplikasi pada *logotype* dan *bodytext* yang ada di Museum Anak Kolong Tangga

4.4.6 Desain akhir logo Museum Anak Kolong Tangga

Setelah melalui proses analisa dalam memilih alternatif susunan desain logo akhir Museum Anak Kolong Tangga, maka hasil akhir yang didapat adalah sebagai berikut :

1. Desain yang dihasilkan terlihat lebih segar, sederhana dan mudah dipahami serta mewakili konten visi, misi serta harapan dan keinginan *stakeholder*.

2. Bentuk logo merupakan hasil dari proses matriks morfologi sesuai dengan *keyword* yang kemudian digambarkan secara visual lewat cara digital.



Gambar 4.23 Logo Museum Anak Kolong Tangga

Dari beberapa alternatif susunan logo yang diajukan, terdapat susunan logo yang dijadikan bentukan sekunder, antara lain :

1		Logo utama dengan elemen secara keseluruhan, saat digunakan secara keseluruhan.
2		Logo dalam bentuk sekunder, dengan elemen yang lengkap.
3		Bagian <i>picturemark</i> dari logo yang dipakai sesuai dengan kebutuhan identitas, jika yang dibutuhkan hanya <i>picturemark</i> saja.
4		Bagian <i>logotype</i> dari logo yang dipakai sesuai dengan kebutuhan identitas, jika yang dibutuhkan hanya <i>logotype</i> saja.

Untuk merancang logo yang menonjol dan terlihat berbeda dengan logo komparator dan kompetitor lainnya, harus mengetahui daya tarik yang berbeda yang dimiliki museum dengan museum lainnya. Logo yang jelas dan informatif

akan mudah dipahami oleh masyarakat luas meskipun logo tersebut berdampingan dengan sekian banyak logo kompetitor. Logo merupakan pintu gerbang mengenal suatu seperti dalam museum, untuk merancang logo yang menonjol dan terlihat berbeda dengan logo komparator dan kompetitor lainnya, ada beberapa kriteria pada logo yang harus ditekankan. Ketika semua masuk kedalam satu kesatuan (*unity*) maka akan terlihat diferensiasi apabila dibandingkan dengan logo museum lainnya. Konsep logo yang baru diturunkan melalui sebuah kriteria---kriteria desain yang menjadi dasar penting penggambaran museum dalam sebuah desain. Kriteria tersebut sebagai berikut :

Menonjolkan penggambaran dan kesan mainan tradisional yang sesuai dengan mainan tradisional di Museum Anak Kolong Tangga (*picturemark* mainan tradisional)

Penggambaran memiliki dan merepresentasikan makna yang sesuai

Menggunakan warna yang cocok dan disukai oleh anak---anak namun tetap berkesan tradisional

Tidak menggambarkan dan bersifat modernisasi

Menggunakan tipografi yang jelas keterbacaannya dan memberikan kesan tradisional

Penggunaan *naming* sesuai, jelas, dan tidak menggunakan singkatan

Didalam logo terdapat *picturemark* dari mainan tradisional dan merupakan hasil dari metode matriks morfologi sehingga terangkai sebuah makna yang dalam pada desain logo tersebut yang menggambarkan mainan anak tradisional.

Makna keseluruhan logo tersebut adalah penggambaran mainan tradisional sesuai dengan *keyword* Museum Anak Kolong Tangga, disesuaikan dengan citra, visi dan misi yang ingin bangun dan dimiliki museum. Mainan gasing pada logo tersebut sebagai benda yang menonjolkan mainan tradisional. Dikemas dengan warna yang dirasa cocok serta tatanan tipografi yang mendukung sebagai informan mengenai Museum Anak Kolong Tangga.



Gambar 4.24 Uji coba berdampingan dengan logo museum mainan lain

Gambar diatas merupakan uji coba pada logo Museum Anak Kolong Tangga dengan logo---logo museum mainan lainnya yang ada di luar negeri. Terbukti bahwa logo Museum Anak Kolong Tangga tetap memiliki pesona dan citra yang kuat dari warna ataupun susunan logo dan *logotype* yang turut mendukung.

4.4.5 Elemen lainnya

Elemen lainnya dapat berupa fotografi, ilustrasi, *background*, infografis dan elemen---elemen yang membawa satu nuansa pada *brand*, *artworks*, infografik, ikon dan banyak lagi yang dapat memperkuat kepribadian dalam sebuah *brand*. Dalam identitas visual diciptakan elemen lainnya yang berbentuk visual, bisa berupa *background* atau *cropping image*. Berfungsi untuk memperkuat identitas dengan menambah keunikannya, sehingga secara visual membuat *brand* lebih mudah dikenali. *Background* juga menciptakan *unity* / menjadi unsur pengikat antar elemen---elemen desain dan antar media---media aplikasi. Pada Museum Anak Kolong Tangga dibutuhkan elemen---elemen lainnya sebagai pendukung penerapan identitas.

4.4.5.1 Background

Elemen pendukung adalah *background* yang berupa kumpulan gradasi warna yang diambil dari proses pencarian warna menggunakan *moodboard*. *Moodboard* diambil dari beberapa unsur gambaran yang menggambarkan

keyword Museum Anank Kolong Tangga. Berikut adalah *moodboard* gambar yang mewailiki *keyword* Museum Anak Kolong Tangga.



Gambar 4.25 Moodboard warna elemen lainnya

Warna yang ada pada *moodboard* terdiri dari beraneka ragam. Keaneka ragam tersebut dapat menjamah target audien yakni dikhususkan kepada anak---anak yang bersifat ceria dan *colorfull*. Dari beberapa warna tersebut kemudian disaring kembali yang sesuai dengan harapan museum dan beberapa ketentuan lainnya. Warna yang dipilih adalah warna yang sesuai dengan *keyword*.

Elemen *background* kedua berupa sebuah objek memiliki alternatif warna sebagai pemakaian, kedua alternatif tersebut boleh dipakai dengan ketentuan.

4.4.5.2 Ikon

Salah satu elemen lainnya adalah berupa ikon. Pengambilan bentuk ikon tersebut berasal dari objek---objek yang ada pada Museum Anak Kolong Tangga. Proses dalam mengadaptasi bentukan objek asli kedalam bentuk ikon secara visual. Ikon---ikon tersebut digunakan dalam kebutuhan *wayfinding* pada museum, dimana museum memiliki rencana untuk melakukan pembenahan dari segi luas, hingga tatanan museum dengan menambahkan ruang teater, galeri seni dengan tema yang dibedakan satu dengan lainnya. Selain itu, museum juga ingin menambahkan fungsi dengan membangun perpustakaan riset berisikan buku koleksi sang kurator dan banyak buku lainnya bertemakan anak dan mainan. Jadi nantinya akan ada beberapa bagian atau zona yang dimiliki museum.





Gambar 4.28 Ikon pada Museum Anak Kolong Tangga

Ikon yang akan dipakai dalam elemen penerapan desain tersebut untuk mendukung pembagian zona pada *wayfinding* adalah tersinspirasi dari mainan---mainan tradisional yang ada di museum. Prosesnya adalah mengadaptasi bentukan objek asli kedalam bentuk ikon secara visual.

4.4.5.3 Fotografi

Elemen fotografi dibutuhkan museum dalam beberapa media penerapan identitas. Fotografi dengan tema *cheerfull photography* mengusung tema dari keyword bungah (gembira) yang ada pada word list Museum Anak Kolong Tangga. Cheerful photography menggunakan *tone* warna natural dan *full color* dengan menonjolkan *tone* warna alami objek, selain itu diimbangi dengan aktifitas model yang ekspresif.



Gambar 4.29 Fotografi pada Museum Anak Kolong Tangga

Fotografi pada Museum Anak Kolong Tangga bertemakan *full color* agar memberikan kesan segar dan tidak menakutkan dan menggambarkan kebahagiaan yang ditimbulkan karena mainan tradisional.

4.5 Bagan Proses dan Pengolahan Desain

Dalam menghasilkan identitas visual pada Museum Anak Kolong Tangga yang sesuai maka dilakukan beberapa tahapan proses dan pengolahan desain yang divisualisasikan dalam sebuah bagan sebagai berikut :

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL MUSEUM ANAK KOLONG TANGGA

Proses desain diawali berdasarkan konsep desain dan kriteria yang sesuai kemudian menghasilkan sebuah ikon.

1

KONSEP
DESAIN
KRITERIA
DESAIN

KEYWORD

"Bugah lan Sinau
Barang Doldan
Tradisional"

PROSES
DESAIN

STUDI & ANALISA
WORD LIST

Analisa
Benda
Koleksi
Museum

Sketsa kasar 1

Alternatif 1

Revisi

Alternatif 2

proses
pengiriman
desain
&
feedback

FINAL
DESIGN

Final Design

Dalam tahap ini, pihak stakeholder menjadi sumber utama dalam menentukan desain yang tepat. Stakeholder memiliki wewenang untuk memilih desain yang sesuai. Desain dibuat dengan dasar keyword menggunakan beberapa metode analisa benda koleksi museum & morfologikal matriks

3

Proses desain kemudian dilanjutkan kedalam sebuah sketsa kasar dan beberapa alternatif digital dengan menggunakan metode

2

Alternatif 1

Alternatif 2

Revisi

Final Design

Bagan 4.1 Proses pengembangan desain

MUSEUM ANAK
Kolong Tangga

BAB V IMPLEMENTASI DESAIN

5.1 Logo

5.1.1 Bentuk dan Proporsi

Logotype



Picturemark

Gambar 5.1 Logo Museum Anak Kolong Tangga

Logo Museum Anak Kolong Tangga terdiri dari dua bagian, yaitu *picturemark* dan *logotype*. Keduanya memiliki ukuran dan proporsi yang baku. Penggunaan masing---masing elemen serta aturan dalam memperlakukan logo selanjutnya dijelaskan lebih rinci pada GSM (*Graphic Standart Manual*).

1.1.1.1 *Picturemark*



Gambar 5.2 *Picturemark* Museum Anak Kolong Tangga

Picturemark pada logo Museum Anak Kolong Tangga adalah merupakan gambaran dari gasing, yakni mainan tradisional. Ciri khas mainan ini adalah dapat berputar pada poros dan kesetimbangan pada satu titik. Warna pada logo ini memberikan kesan keceriaan. Gasing merupakan mainan dari salah satu dari benda koleksi museum.

1.1.1.2 *Logotype*

The logotype for Museum Anak Kolong Tangga features the words 'MUSEUM ANAK' in a clean, uppercase, sans-serif font. Below this, the words 'kolong tangga' are written in a large, flowing, brown script font that mimics a child's handwriting.

Gambar 5.3 *Logotype* Museum Anak Kolong Tangga

Logotype berupa nama panjang sebagai nama utama. Jenis *font* yang digunakan adalah Arsenal White dan Quicksand. *Logotype* dan *picturemark* harus saling berdampingan, karena keduanya saling melengkapi dan memberikan informasi yang terintegrasi. Jenis *font* Arsenal White berbentuk seperti tulisan tangan yang menggambarkan kesederhaan, seperti layaknya tulisan seorang anak kecil. *Font* Quicksand digunakan pada tulisan Museum Anak, jenis *font* adalah *sans script* yang dapat memberikan kesan jelas dan ringan.

1.1.1.3 *Proporsi*




Untuk menjaga kesamaan penggunaan dan keteraturan dari kedua elemen logo maka digunakan *grid* bantu serta skala yang akan membantu pengguna untuk mengaplikasikan logo secara benar.



Gambar 5.4 Grid penggunaan logo Museum Anak Kolong Tangga

1.1.2 Warna

Berikut adalah *tone* warna yang ada pada logo Museum Anak Kolong Tangga.

1		C: 0 M: 55.92 Y: 90.56 K: 0	R: 248 G: 138 B: 49	2		C: 37.91 M: 58.51 Y: 80.11 K: 25.11	R: 134 G: 94 B: 60	3		C: 37.85 M: 77.11 Y: 99.55 K: 50.63	R: 99 G: 46 B: 6
---	---	--------------------------------------	---------------------------	---	---	--	--------------------------	---	---	--	------------------------

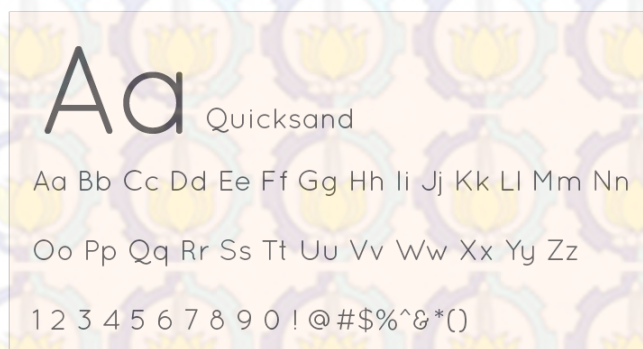
Gambar 5.5 *Tone* warna Museum Anak Kolong Tangga

1.1.3 Font

Jenis *font* yang digunakan untuk logo Museum Anak Kolong Tangga adalah 'Arsenal white' dan 'Quicksand'. *Font* digunakan karena karakteristiknya. Pada logo Museum Anak Kolong Tangga terdapat dua jenis *font* yang digunakan. Masing---masingnya memiliki bentuk dan termasuk kedalam jenis yang berbeda. Pada tulisan 'Kolong Tangga' menggunakan jenis *font* Arsenal White. Sedangkan pada tulisan 'Museum Anak' menggunakan *font* Quicksand.



Gambar 5.6 Fontype pada Museum Anak Kolong Tangga



Gambar 5.7 Fontype pada Museum Anak Kolong Tangga

Untuk *bodytext* digunakan *font* yang sama pada logo museum, yakni Quicksand. Penggunaannya bisa terhadap beberapa kondisi seperti Bold, Italic, Regular dan Light. Dari bentuk yang tebal hingga sangat tipis.

1.1.4 Elemen lainnya

Elemen lainnya pada museum adalah berupa *background*, ikon dan fotografi. Ketiga elemen tersebut sebagai pelengkap keberadaan logo, dan agar membangun identitas museum lebih terintegrasi khususnya dalam pengimplementasian desain pada media. Elemen lain difungsikan untuk mendampingi logo, maupun berdiri sendiri dengan tujuan menguatkan keberadaan Museum Anak Kolong Tangga.

5.1.4.1 Background

Elemen pendukung adalah *background* yang berupa kumpulan gradasi warna yang diambil dari proses pencarian warna menggunakan *moodboard*. *Moodboard* diambil dari beberapa unsur gambaran yang menggambarkan *keyword* Museum Anak Kolong Tangga. Berikut adalah *moodboard* gambar yang mewakili *keyword* Museum Anak Kolong Tangga.



Gambar 5.8 *Moodboard* warna elemen lainnya

Warna yang ada pada *moodboard* terdiri dari beraneka ragam. Keaneka ragam tersebut dapat menjamah target audien yakni dikhususkan kepada anak---anak yang bersifat ceria dan *colorfull*. Dari beberapa warna tersebut kemudian disaring kembali yang sesuai dengan harapan museum dan beberapa ketentuan lainnya. Warna yang dipilih adalah warna yang sesuai dengan *keyword*.



Gambar 5.9 Warna elemen lainnya

Penggunaan elemen lainnya berupa *background* adalah elemen pendukung pada media---media yang digunakan Museum Anak Kolong Tangga. Elemen *background* kedua berupa sebuah pola yang diambil dari bentuk *outline* mainan---mainan tradisional anak yang ada di museum. Komposisi nya sudah ditentukan begitu juga pada warna tiap bentuknya. Berikut adalah bentukan dan warna elemen *pattern* :



Gambar 5.10 Elemen *background* kedua pada Museum Anak Kolong Tangga

Elemen *background* kedua berupa sebuah objek memiliki alternatif warna sebagai pemakaian, kedua alternatif tersebut boleh dipakai dengan ketentuan.

5.1.4.2 Ikon

Salah satu elemen lainnya adalah berupa ikon. Pengambilan bentuk ikon tersebut berasal dari objek---objek yang ada pada Museum Anak Kolong Tangga. Proses dalam mengadaptasi bentukan objek asli kedalam bentuk ikon secara visual. Ikon---ikon tersebut digunakan dalam kebutuhan *wayfinding* pada museum, dimana museum memiliki rencana untuk melakukan pembenahan dari segi luas, hingga tatanan museum dengan menambahkan ruang teater, galeri seni dengan tema yang dibedakan satu dengan lainnya. Selain itu, museum juga ingin menambahkan fungsi dengan membangun perpustakaan riset berisikan buku koleksi sang kurator dan banyak buku lainnya bertemakan anak dan mainan. Jadi nantinya akan ada beberapa bagian atau zona yang dimiliki museum.



Gambar 5.11 Ikon pada Museum Anak Kolong Tangga

Ikon yang akan dipakai dalam elemen penerapan desain tersebut untuk mendukung pembagian zona pada *wayfinding* adalah tersinspirasi dari mainan---mainan tradisional yang ada di museum. Prosesnya adalah mengadaptasi bentukan objek asli kedalam bentuk ikon secara visual.

5.1.4.3 Fotografi

Elemen fotografi dibutuhkan museum dalam beberapa media penerapan identitas. Fotografi dengan tema *cheerfull photography* mengusung tema dari keyword bungah (gembira) yang ada pada *word list* Museum Anak Kolong Tangga. Cheerful photography menggunakan *tone* warna natural dan *full color* dengan menonjolkan *tone* warna alami objek, selain itu diimbangi dengan aktifitas model yang ekspresif.



Gambar 5.12 Fotografi pada Museum Anak Kolong Tangga

Fotografi pada Museum Anak Kolong Tangga bertemakan *full color* agar memberikan kesan segar dan tidak menakutkan dan menggambarkan kebahagiaan yang ditimbulkan karena mainan tradisional.

5.2 Aplikasi Identitas Visual Pada Media

5.2.1 *Graphic Standart Manual*



Gambar 5.13 Buku standar manual grafis Museum Anak Kolong Tangga

Jenis Media	: Standar Manual Grafis (Media Cetak)
Fungsi	: Buku acuan penggunaan logo
Deskripsi	: Media yang didalamnya terdapat acuan penggunaan logo agar tetap terjaga konsistensinya.
Spesifikasi ukuran	: 22 cm x 20 cm Halaman : 48 hal
Halam Material	: Cover – <i>Art paper</i> 210 gr, Halaman dalam – <i>Art paper</i> 210gr
Finishing	: <i>Hardcover</i>

5.2.2 Stationary

1) Kop Surat dan Amplop



Gambar 5.14 Kop surat dan amplop Museum Anak Kolong Tangga

Jenis Media	: Kop surat dan amplop
Fungsi	: Perlengkapan kantor
Deskripsi	: Kop surat & amplop digunakan untuk keperluan surat---menyurat sebagai salah satu perlengkapan kantor, dengan ketentuan kop surat dan juga elemen teks pada amplop yang telah tertera.
Spesifikasi ukuran	: Kop surat 21cm x 29,7 cm Amplop 22 cm x 11 cm
Material	: Kop surat, Bc Tic 90 gr Amplop, Bc Tic dan laminasi doff 120 gr

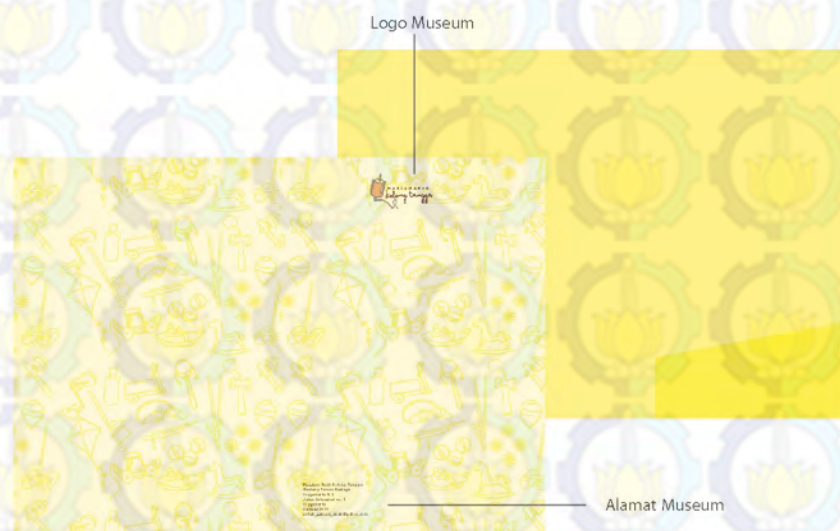
2) Stempel



Gambar 5.15 Stempel Museum Anak Kolong Tangga

Jenis media : Stempel
 Fungsi : perlengkapan kantor
 Spesifikasi : Cap logo dengan tinta

3) Map holder



Gambar 5.16 Map holder pada Museum Anak Kolong Tangga

Jenis Media : Map holder
 Fungsi : Perlengkapan kantor
 Deskripsi : Digunakan untuk keperluan surat-
 --menyurat maupun keperluan lain yang
 memerlukan media ini.

Spesifikasi ukuran : 46 x 32 cm

Material : *Art paper* dan laminasi doff 260 gr

4) Kartu Nama dan *Id card*



Gambar 5.17 Kartu nama dan kartu identitas Museum Anak Kolong Tangga

Jenis media : Kartu nama dan kartu identitas

Fungsi : Perlengkapan kantor

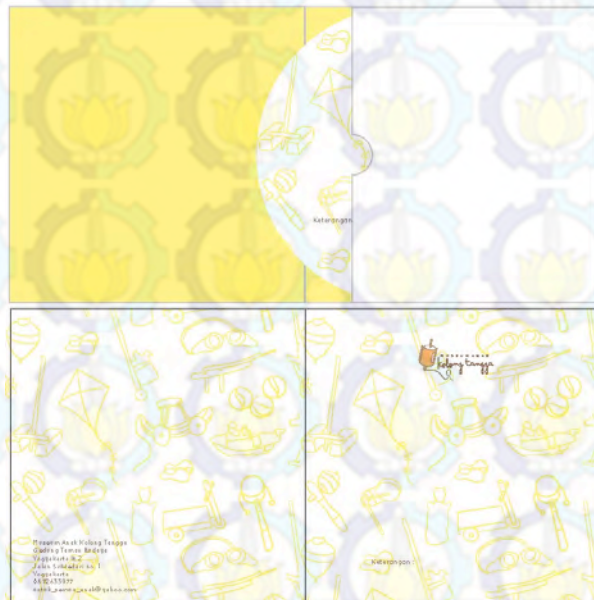
Deskripsi : Kartu nama sebagai peralatan kantor sekaligus media marketing yang wajib dimiliki oleh seluruh stakeholder Museum Anak Kolong Tangga. Dengan ketentuan pencantuman logo pada bagian depan, dan pada bagian belakang. Kartu identitas berguna sebagai tanda pengenal bagi

karyawan serta pemandu yang turun ke lapangan bertemu dan berinteraksi dengan pengunjung museum.

Spesifikasi ukuran : kartu nama, 9 x 5.5 cm
Kartu identitas 8,5 x 6 cm

Material : kartu nama , bc tic 200gr
kartu identitas, VC

5) CD Cover



Gambar 5.18 CD cover Museum Anak Kolong Tangga

Jenis Media : CD Cover

Fungsi : Perlengkapan kantor

Deskripsi : Salah satu peralatan kantor yang digunakan untuk menyimpan atau mengirim data baik berupa dokumen kantor maupun dalam bentuk video dokumentasi.

Spesifikasi ukuran : 12,5 x 12,5 cm

Material : Box tebal untuk C

5.2.3 Seragam

1) Seragam karyawan kantor



Gambar 5.19 Seragam pada Museum Anak Kolong Tangga

Jenis Media	: Seragam
Fungsi	: Perlengkapan kantor
Deskripsi	: Seragam digunakan para karyawan baik kantor maupun pemandu. Seragam untuk memudahkan pengunjung untuk mengenali para pegawai dan pemandu museum.
Spesifikasi ukuran	: Kemeja berwarna kuning dengan aksan disiku
Material	: Bahan katun

2) Seragam pemandu



Gambar 5.20 Seragam pada Museum Anak Kolong Tangga

Jenis Media	: Seragam
Fungsi	: Perlengkapan kantor
Deskripsi	: Seragam digunakan para karyawan baik kantor maupun pemandu. Seragam untuk memudahkan pengunjung untuk mengenali para pegawai dan pemandu museum.
Spesifikasi ukuran	: Kemeja polo berwarna kuning
Material	: Bahan katun

5.2.3 Marketing and Connection Tools

5.2.3.1 Outdoor

1) Booklet katalog



Gambar 5.21 Booklet Katalog Museum Anak Kolong Tangga

Jenis Media	: Booklet
Fungsi	: Perlengkapan museum
Deskripsi	: Booklet berisikan keterangan benda--benda yang ada didalam museum
Spesifikasi ukuran	: 15 x 10,5 cm
Material	: Bc tic 120gr dan jilid jahit

2) Brosur



Gambar 5.22 Brosur pada Museum Anak Kolong Tangga

Jenis Media	: Brosur
Fungsi	: Media komunikasi pemasaran
Deskripsi	: Katalog didalamnya terdapat keterangan benda--- benda museum.
Spesifikasi ukuran	: 10 x 29,7 cm
Material	: Artpaper 120 gr

3) Website



Gambar 5.23 Website interface pada Museum Anak Kolong Tangga

Jenis Media : *Website interface*
Fungsi : Media komunikasi pemasaran
Deskripsi : *website interface* dan *social media interface*
Spesifikasi ukuran : 1280 x 1024 px

4) *Billboard*



Gambar 5.24 *Billboard* Museum Anak Kolong Tangga

Jenis Media : *Billboard*
Fungsi : Media komunikasi pemasaran

5.2.3.2 Indoor

1) Poster



Gambar 5.25 Poster Museum Anak Kolong Tangga

Jenis Media	: Poster acara
Fungsi	: Media komunikasi
Deskripsi	: Poster merupakan media cetak yang memberikan informasi cenderung bersifat persuasif, biasanya berisikan informasi tentang acara---acaran yang yak diadakna oleh museum. Ditempel di lingkungan umum.
Spesifikasi ukuran	: 42 x 29,7 cm
Material	: Art paper 260 gr

2) *Standing banner*



Gambar 5.26 *Standing banner* Museum Anak Kolong Tangga

Jenis Media	: <i>Standing banner</i>
Fungsi	: Media komunikasi
Deskripsi	: Sebagai alat pembangun citra Museum Anak Kolong Tangga. Cenderung digunakan untuk kegiatan pameran atau kebutuhan kantor.
Spesifikasi ukuran	: <i>Standing banner</i> : 160 x 60 cm Umbul---umbul : 3 x 1 m
Material	: <i>Standing banner</i> , plastik paper (doft) Umbul---umbul, plastic paper (doft)

3) Flyer



Gambar 5.27 Flyer Museum Anak Kolong Tangga

Jenis Media : Flyer

Fungsi : Media komunikasi

Deskripsi : Sebagai media promosi untuk museum yang dibagikan kepada masyarakat berisikan informasi mengenai museum

Spesifikasi ukuran : 15 x 24 cm

Material : Artpaper 120 gr

4) Tiket



Gambar 5.28 Tiket masuk Museum Anak Kolong Tangga

Jenis Media	: Tiket
Fungsi	: Media promosi dan pemasaran
Deskripsi	: Tanda masuk ke Museum Anak Kolong Tangga.
Spesifikasi ukuran	: 14,8 X 5,5 cm
Material	: Bc tic 210gr

5) Iklan majalah dan Koran



Gambar 5.29 iklan koran pada Museum Anak Kolong Tangga

Jenis Media	: Iklan majalah dan koran
Fungsi	: Media komunikasi

Deskripsi : Salah satu media komunikasi dan promosi yang mempunyai fungsi untuk mempromosikan acara dan program yang ada di Museum Anak Kolong Tangga.

Spesifikasi ukuran : Menyesuaikan

Material : Kertas Koran atau menyesuaikan

6) *Vehicle*



Gambar 5.30 Kendaraan Museum Anak Kolong Tangga

Jenis Media : Kendaraan museum

Fungsi : Media promosi dan pemasaran

Deskripsi : Kendaraan Museum Anak Kolong Tangga.

7) Souvenir



Gambar 5.31 Souvenir pada Museum Anak Kolong Tangga

8) Museum shop



Gambar 5.32 Perlengkapan jual beli pada Museum Anak Kolong Tangga

5.2.4 Environmental Graphic Design

5.2.4.1 Indoor





Gambar 5.34 exterior pada Museum Anak Kolong Tangga

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa Perancangan Identitas Visual Museum Anak Kolong Tangga dapat diambil sebuah simpulan bahwa identitas visual merupakan sebuah hal yang krusial bagi sebuah perusahaan, organisasi ataupun museum khususnya bagi Museum Anak Kolong Tangga. Identitas visual menjadi alat yang mampu memberikan perbedaan dan menjadi pembangun ikatan hubungan dengan masyarakat. Identitas visual juga sebagai alat untuk *awareness* masyarakat akan kehadiran khususnya museum, yakni Museum Anak Kolong Tangga.

6.1.1 Kesimpulan dari Segi Konsep Perancangan

Sebuah identitas visual yang terintegritas termasuk kedalam kebutuhan dan dapat mewakili citra, visi dan misi Museum Anak Kolong Tangga sebagai museum mainan tradisional anak telah terpenuhi dengan hasil desain yang dihasilkan oleh penulis. Diwakili dari sebuah identitas berupa *imagery*, yang terfokus pada penggambaran mainan tradisional anak.

6.1.2 Kesimpulan dari Segi Perancangan Visual

Hasil dari perancangan identitas visual adalah *Graphic Standart Manual, Office Tools, Marketing & Connection Tools*, dapat memenuhi kebutuhan Museum Anak Kolong Tangga dalam membangun identitasnya sebagai museum mainan anak tradisional. Perancangan tersebut sesuai dengan konsep, kriteria yang menjadi kebutuhan dan keinginan Museum Anak Kolong Tangga.

6.2 Saran

6.2.1 Saran dari Segi Konsep Perancangan

Dalam perancangan ini penulis membatasi ruang lingkup untuk menghasilkan sebuah *output* desain, yaitu *Graphic Standart Manual, Office Tools, Marketing &*

Connection Tools, penulis sadar masih banyak kekurangan pada penerapan konsep, sehingga dibutuhkan studi lebih lanjut untuk memaksimalkan dan mampu melengkapi kebutuhan identitas Museum Anak Kolong Tangga secara menyeluruh.

6.2.2 Saran dari Segi Perancangan Visual

Perancangan identitas visual Museum Anak Kolong Tangga adalah sebuah awal dari pembangunan identitas pada *brand*. Penulis sadar masih banyak kekurangan dari perancangan ini, sistem identitas visual akan sangat maksimal apabila termausk kedalam sebuah proses *branding*, maka dari itu dibutuhkan sebuah proses *branding* yang maksimal untuk mendukung sejalan dengan kinerja dan pelayanan yang baik kepada masyarakat atau pengunjung yang dapat dirancang dari segi marketing, office, maupun fasilitas yang diberikan agar tercipta keselarasan antara *image* visual dengan *image* pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

"Mainan." <http://id.wikipedia.org/wiki/Mainan.html> (diakses pada tanggal 12 Januari 2015)

Adi Kusrianto, 2007, Pengantar Desain Komunikasi Visual, Penerbit Andi, Yogyakarta.

Alina Wheeler, Willey edition, John wiley & Sans inc, Designing Brand Identity, Canada. Hal.133

Alina Wheeler, Willey edition, John wiley & Sans inc, Designing Brand Identity, Canada. Hal. 146

Budelmann, Kevin; Kim, Yang; Wozniak, Kurt. 2010. Brand Identity Essentials. USA: PageOne Publishing. Hal. 64.

Daerah Istimewa Yogyakarta. *Statistik Kepariwisata 2013*. Daerah Istimewa Yogyakarta : Author, 2013.

Dannaway, Adham. "A Systematic Approach To Logo Design." <http://www.adhamdannaway.com/blog/branding/a-systematic-approach-to-logo-design.html> (diakses pada tanggal 25 April 2015)

David E, Carter. 2003. *The big book of logo thepaperback*

Direktorat Museum,
Ayo Kita Mengenal Museum, Direktorat Museum, Direktorat Jendral Sejarah dan Purbakala, Departemen Kebudayaan dan Pariwisata. Jakarta, 2009

J. Linschoten, Drs. Mansyur, 2007, Warna, Institut Seni Indonesia, Yogyakarta

Jakarta. *Buku Pinter Bidang Permuseuman*. Jakarta : Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1986.

Jakarta. *Pedoman Penalaran Tentang Metode dan Teknik Penyajian dan Bimbingan Edukatif di Museum*. Jakarta : Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1986.

Jakarta. *Pembakuan Rencana Induk Pemuseuman Di Indonesia*. Jakarta : Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1986.

Kevin Budelmann, Yang kim & Curt Woznial. 2010. *Essential Elements for Brandy Identity*. Rockport Publisher, Inc. Hal .32. Op Cit.

Kevin Budelmann, Yang kim, & Curt Woznial. 2010. *Essential Elements for Brand Identity*. Rockport Publisher, Inc. Hal 8. Op Cit.

Ollins, Wally.2002.*Corporate identity - the ultimate resource Business*. Hal. 2

Sadat, Andi. 2009. *Brand Belief*. Jakarta: Salemba Empat

Stone, Lee Terry. 2010. *Managing The Design Process, Concept Development*. USA: Rockport Publishers, Inc. Hal. 71.

Sulistiyowati, Dian. “strategi Edukasi Museum dan Pemasarannya : Studi Kasus Museum Sejarah Jakarta.”

<https://museumku.wordpress.com/2011/03/08/strategi-edukasi-museum-dan->

pemasarannya-studi-kasus-museum-sejarah-jakarta/.html (diakses pada tanggal 12 Juni 2014)

Surianto Rustan, 2009, Merancang Logo, PT Gramedia Pustaka Utama.

LAMPIRAN

Protokol Wawancara Mendalam

Perancangan Identitas Visual Museum Anak Kolong Tangga

Narasumber : Bapak Rudi Corens (Kurator Museum Anak Kolong Tangga)

- Apakah Museum Anak Kolong Tangga itu, bagaimana sejarah nya?
- Yang bertanggung jawab atas keberadaan Museum Anak Kolong Tangga siapa?
- Visi dan misi Museum Anak Kolong Tangga ?
- Apakah Tugas atau peranan dari Museum Anak Kolong Tangga ?
- Berapakah jumlah karyawan yang bekerja ? Strukturnya bagaimana ?
- Fasilitas yang tersedia ada apa saja ? Luas museum berapa ?
- Perkembangannya hingga saat ini ?
- Bagaimana dengan target audien untuk museum ini ? Siapa yang paling banyak datang ? Berapakah persentasenya ? (usia & perempuan laki-laki)
- Bagaimana persentase data grafik pendatang dari tahun ke tahun ?
- Apasajakah kegiatan dan program yang ditawarkan dan telah dilakukan ? (program harian,mingguan,bulanan)
- Adakah masalah kendala yang dihadapi oleh Museum Anak Kolong tangga hingga saat ini ?
- Bagaimana dengan upaya yang sudah dilakukan dalam menghadapi permasalahan tersebut ?

- Untuk dana diperoleh dari mana ? (pribadi, donator, daerah)
- Adakah kerja sama dengan sekolah atau pemerintah sebagai kurator?
- Berbicara tentang ruang publik anak, apakah yang dimaksud dengan hal tersebut secara rinci?
- Berbicara mengenai koleksi museum, Berapakah jumlah nya ? Terdiri dari apa saja ? Dari mana saja ? Jenisnya apa saja?
- Koleksi museum milik siapa saja ?
- Ada yang diperjualbelikan ?
- Adakah kebiasaan khusus dalam menjaga koleksi museum ?
- Berbicara tentang desain, Apakah arti logo museum ini ? dibuat oleh siapa ?
- Apakah ada guideline book ?
- Apakah ada alat bantu promosi seperti brosur, peta, poster dll ?

II

- Bagaimana apresiasi masyarakat yang pernah didapat?
- Adakah program membership bagi pengunjung?

III

- Apa yang ingin dilakukan kedepan ? (khususnya dalam bidang desain, seperti renovasi atau lainnya)
- Apa yang ingin lebih ditonjolkan lagi oleh museum ? (koleksi mainan, dll)
- Desain seperti apa yang diinginkan ? (modern atau ilustratif, dll)
- Warna seperti apa yang disukai ?

- Tampilan eksibisinya ingin seperti apa ? (interior dan EGD)

IV

- Harapan adakah baik untuk internal maupun eksternal yaitu pengunjung ?

BIODATA PENULIS



Zahra Chairunnisa Nazam, lahir di Bogor 10 Juli 1993. Merupakan putri pertama dari Bapak Ir. Erwan dan Ibu Ir. Nilfa Rasyid. Mengawali pendidikannya di SD Al-Falaah, lalu melanjutkan di SMP An-Nisaa', SMA di SMAN 82 Jakarta. Memiliki ketertarikan terhadap dunia seni dan desain hingga akhirnya memilih untuk menempuh

pendidikan perguruan tinggi sebagai mahasiswi dalam program studi Desain Komunikasi Visual (DKV) di Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya. Pendidikan yang ditempuh adalah untuk mengetahui dan memperdalam dunia seni dan desain grafis dalam desain komunikasi visual.

Sejak memperdalam dunia desain komunikasi visual, penulis kemudian tertarik dalam bidang *branding*, yang didalamnya terdapat materi riset dan identitas visual. Perancangan identitas visual Museum Anak Kolong Tangga merupakan karya penulis yang sangat tertarik dengan dunia *branding*.

Penulis dapat dihubungi lebih lanjut di zahrazahraa@gmail.com untuk diskusi lebih lanjut mengenai judul perancangan yang diambil oleh penulis.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Museum Anak Kolong Tangga.....	4
Gambar 1.2 Mint museum of toys	4
Gambar 1.3 The Toy Museum of NY	5
Gambar 1.4 Logo Museum Anak Kolong Tangga	6
Gambar 1.5 Media museum tanpa penerapan identitas yang terintegritas.....	7
Gambar 2.1 Koleksi artefak Museum Anak Kolong Tangga.....	20
Gambar 2.2 Logo Thomas Jefferson's Poplar Forest.....	24
Gambar 2.3 Logo <i>Picture Mark</i> dan <i>Letter Mark</i>	25
Gambar 2.4 Logo <i>Picture Mark</i> sekaligus <i>Letter Mark</i>	26
Gambar 2.5 Logo <i>Letter Mark</i> saja.....	26
Gambar 2.6 <i>Word mark / Logotype</i>	26
Gambar 2.7 Logogram.....	27
Gambar 2.8 <i>Name-only logo</i>	27
Gambar 2.9 <i>Name / Symbol logo</i>	28
Gambar 2.10 <i>Initial letter logos</i>	28
Gambar 2.11 <i>Pictorial name logo</i>	28
Gambar 2.12 <i>Associative logo</i>	29
Gambar 2.13 <i>Allusive logo</i>	29
Gambar 2.14 <i>Abstract logo</i>	30
Gambar 2.15 Logo Museum Mainan Mancanegara	31
Gambar 2.16 <i>Color wheel</i>	32
Gambar 2.17 Contoh Palet Warna Museum Mainan Anak.....	35
Gambar 2.18 Logo museum pada museum mainan mancanegara.....	36
Gambar 2.19 Logo museum pada museum mainan mancanegara.....	37
Gambar 2.20 Elemen grafis pada Mint Museum of Toys.....	38
Gambar 2.21 Logo Museum Anak Kolong Tangga.....	39
Gambar 2.22 Komposisi warna identitas museum.....	40
Gambar 2.23 Tipografi pada logo museum.....	40
Gambar 2.24 Berbagai macam jenis font pada media penerapan museum.....	41
Gambar 2.25 Elemen gambar pada media di Museum Anak Kolong Tangga.....	42

Gambar 2.26 Contoh formulir museum.....	42
Gambar 2.27 Booklet museum.....	43
Gambar 2.28 Tiket museum.....	43
Gambar 2.29 Poster museum.....	44
Gambar 2.30 Poster museum.....	44
Gambar 2.31 <i>EGD</i> museum.....	45
Gambar 2.32 <i>Website</i> museum.....	45
Gambar 2.33 Museum Wayang.....	46
Gambar 2.34 Logo Museum Wayang.....	47
Gambar 2.35 Warna Museum Wayang.....	47
Gambar 2.36 Tipografi pada logo museum	47
Gambar 2.37 Tipografi Museum Wayang.....	48
Gambar 2.38 Elemen lainnya pada Museum Wayang.....	49
Gambar 2.39 Museum Wayang.....	50
Gambar 2.40 Suasana Museum Wayang.....	50
Gambar 2.41 Mint Museum of Toys.....	51
Gambar 2.42 Logo Museum Mint.....	52
Gambar 2.43 Warna Museum Mint.....	52
Gambar 2.44 Penerapan tipografi Museum Mint	53
Gambar 2.45 Elemen lainnya pada Museum Mint.....	54
Gambar 3.1 Wawancara dengan Bapak Rudi Corens, Kurator Museum Anak Kolong Tangga.....	57
Gambar 3.2 Layangan.....	61
Gambar 3.3 Bekel.....	61
Gambar 3.4 Gangsing.....	61
Gambar 3.5 Bunga Kertas.....	61
Gambar 3.6 Kincir angin.....	62
Gambar 3.7 Enggrang.....	62
Gambar 4.1 Layangan.....	62
Gambar 4.2 Bekel.....	77
Gambar 4.3 Gasing.....	77
Gambar 4.4 Bunga Kertas.....	77

Gambar 4.5 Kincir angin.....	78
Gambar 4.6 Enggrang.....	78
Gambar 4.7 Sketsa kasar.....	80
Gambar 4.8 Digitalisasi sketsa kasa.....	81
Gambar 4.9 Digitalisasi dan <i>logotype</i>	82
Gambar 4.10 Sketsa Matriks Morfologi.....	83
Gambar 4.11 Digitalisasi sketsa matriks morfologi.....	84
Gambar 4.12 Bentuk alternatif digital <i>picturemark</i> Museum Anak Kolong Tangga.....	85
Gambar 4.13 Bentuk alternatif digital <i>picturemark</i> Museum Anak Kolong Tangga dalam bentuk gasing.....	86
Gambar 4.14 Analisa <i>Picturemark</i> Museum Anak Kolong Tangga dalam studi morfologikal matriks.....	87
Gambar 4.15 Tipografi pada Museum Anak Kolong Tangga.....	88
Gambar 4.16 <i>Logotype</i> pada Museum Anak Kolong Tangga.....	89
Gambar 4.17 <i>Logotype</i> pada Museum Anak Kolong Tangga.....	90
Gambar 4.18 <i>Bodytext</i> pada Museum Anak Kolong Tangga.....	91
Gambar 4.19 Inspirasi logo dari mainan benda museum.....	92
Gambar 4.20 <i>Picture mark</i> Museum Anak Kolong Tangga.....	92
Gambar 4.21 <i>Logotype</i> pada Museum Anak Kolong Tangga.....	93
Gambar 4.22 Konfigurasi Logo Museum Anak Kolong Tangga.....	93
Gambar 4.23 Logo Museum Anak Kolong Tangga.....	94
Gambar 4.24 Uji coba berdampingan dengan logo museum mainan lain.....	96
Gambar 4.25 Moodboard warna elemen lainnya.....	97
Gambar 4.26 Warna elemen lainnya.....	98
Gambar 4.28 Elemen <i>background</i> kedua pada Museum Anak Kolong Tangga.....	98
Gambar 4.29 Ikon pada Museum Anak Kolong Tangga.....	100
Gambar 4.30 Fotografi pada Museum Anak Kolong Tangga.....	101
Gambar 5.1 Logo Museum Anak Kolong Tangga.....	103
Gambar 5.2 <i>Picturemark</i> Museum Anak Kolong Tangga.....	103
Gambar 5.3 <i>Logotype</i> Museum Anak Kolong Tangga.	104
Gambar 5.4 <i>Grid</i> penggunaan logo Museum Anak Kolong Tangga.....	105
Gambar 5.5 Tone warna Museum Anak Kolong Tangga.....	105

Gambar 5.6 <i>Fontype</i> pada Museum Anak Kolong Tangga.....	106
Gambar 5.7 <i>Fontype</i> pada Museum Anak Kolong Tangga.....	106
Gambar 5.8 Moodboard warna elemen lainnya.....	107
Gambar 5.9 Warna elemen lainnya.....	108
Gambar 5.10 Elemen <i>background</i> kedua pada Museum Anak Kolong Tangga.....	108
Gambar 5.11 Ikon pada Museum Anak Kolong Tangga.....	109
Gambar 5.12 Fotografi pada Museum Anak Kolong Tangga.....	110
Gambar 5.13 Buku standar manual grafik Museum Anak Kolong Tangga.....	111
Gambar 5.14 Kop surat dan Amplop Museum Anak Kolong Tangga.....	112
Gambar 5.15 Stempel Museum Anak Kolong Tangga.....	113
Gambar 5.16 Map holder pada Museum Anak Kolong Tangga.....	113
Gambar 5.17 Kartu nama dan kartu identitas Museum Anak Kolong Tangga.....	114
Gambar 5.18 CD cover Museum Anak Kolong Tangga.....	115
Gambar 5.19 Seragam pada Museum Anak Kolong Tangga.....	116
Gambar 5.20 Seragam pada Museum Anak Kolong Tangga.....	117
Gambar 5.21 Booklet Museum Anak Kolong Tangga.....	118
Gambar 5.22 Brosur pada Museum Anak Kolong Tangga.....	119
Gambar 5.23 <i>Website interface</i> pada Museum Anak Kolong Tangga.....	120
Gambar 5.24 Billboard Museum Anak Kolong Tangga.....	121
Gambar 5.25 Poster Museum Anak Kolong Tangga.	122
Gambar 5.26 <i>Standing banner</i> Museum Anak Kolong Tangga.	123
Gambar 5.27 <i>Flyer</i> Museum Anak Kolong Tangga.....	124
Gambar 5.28 Tiket masuk Museum Anak Kolong Tangga.....	125
Gambar 5.29 Iklan koran pada Museum Anak Kolong Tangga.....	125
Gambar 5.30 Kendaraan Museum Anak Kolong Tangga.....	126
Gambar 5.31 <i>Souvenir</i> pada Museum Anak Kolong Tangga	127
Gambar 5.32 Perlengkapan jual beli pada Museum Anak Kolong Tangga.....	127
Gambar 5.33 <i>Interior</i> pada Museum Anak Kolong Tangga.....	129
Gambar 5.34 <i>Exterior</i> pada Museum Anak Kolong Tangga.....	130

Perancangan Identitas Visual Museum Anak Kolong Tangga

Zahra Chairunnisa Nazam dan Senja Aprela Agustin, ST, M.Ds

Desain Produk Industri, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)

Jl. Arief Rahman Hakim, Surabaya 60111 Indonesia

e-mail: zahrazahraaa@gmail.com/senja@prodes.its.ac.id

Abstrak— Dalam upaya menunjang pembangunan *image* museum, Museum Anak Kolong Tangga membutuhkan rancangan identitas sebagai tanda pengenalan dan pembeda dengan museum yang lainnya, yang mampu mewakili citra, visi dan misi museum. Proses perancangan ini dilakukan dengan beberapa tahap melalui studi pengumpulan data melalui wawancara dengan narasumber yakni sang kurator, observasi museum, mengidentifikasi masalah museum, studi konsep dan kriteria desain, implementasi desain dalam penerapan media hingga pada akhirnya yakni desain akhir. Adapun konsep desain yang akan dibuat pada logo adalah logo dengan menggunakan pendekatan bentuk dan benda dari mainan-mainan tradisional Begitu pula dengan desain elemen lainnya dan penerapan identitas pada media di Museum Anak Kolong Tangga, warna dan tipografi juga menonjolkan sifat tradisional. Perancangan identitas visual Museum Anak Kolong Tangga meliputi elemen visual yang diterapkan kedalam media identitas, meliputi logo, tipografi, warna dan elemen lainnya. Media yang digunakan meliputi *stationary, office marketing & connection tools*, dan *environmental graphic design*.

Kata Kunci— Desain identitas visual, Museum Anak Kolong Tangga.

I. PENDAHULUAN

Museum merupakan lembaga yang diperuntukkan bagi masyarakat umum. Terdapat 10 besar museum yang paling sering dikunjungi wisatawan di Kota Yogyakarta dari total 31 museum yang ada di DIY. Dari museum yang ada, terdapat salah satunya adalah museum swasta yang menjadi museum mainan anak satu-satunya di Indonesia, yaitu Museum Anak Kolong Tangga. Berdiri dikawasan yang tidak pernah sepi pengunjung, Taman Budaya Yogyakarta atau yang lebih sering disingkat menjadi TBY dekat dengan kawasan Malioboro museum ini didirikan pada 2 Februari 2008 dengan koleksinya berupa mainan anak tradisional.



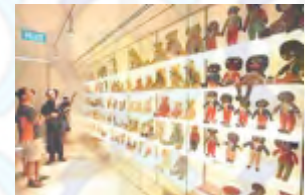
Gambar . 1. Museum Anak Kolong Tangga

Museum ini berdiri dibawah pengawasan Yayasan Dunia

Damai yaitu sebuah yayasan yang dikhususkan untuk keberadaan anak. Koleksi mainan di Museum Anak Kolong Tangga ini bukanlah mainan modern hasil pabrikan, tetapi mainan anak tradisional asli buatan tangan yang mengandung unsur budaya, tradisi, dan mitos pada jamannya, seperti : kuda-kudaan kayu, mainan motor dari kayu, miniatur rumah-rumahan mainan, boneka dari kayu atau plastik, celengan tanah liat, sepeda roda tiga, kuda kepang, congklak, egrang, kartu gambar yang sisi belakangnya terdapat rambu lalu lintas, komik silat, gasing dari dalam dan luar negeri, mainan yang terbuat dari kertas dan masih banyak lainnya.

Di negara lain saat ini sudah terdapat beberapa museum mainan seperti Mint Museum of toys di Singapura, Museum of Toy di New York yang cukup menarik untuk di kunjungi.

mint
museum of toys



Gambar. 2. Museum Anak Kolong Tangga

Museum tersebut memiliki diferensiasi dengan museum yang lainnya, sehingga dapat dilirik pengunjung untuk datang. Museum di luar negeri dapat berdiri dan menonjol ditengah museum lain, cermat menarik perhatian pengunjung dengan daya jualnya sebagai museum mainan. Selain itu terdapat fasilitas dengan desain mendukung. Keadaan tersebut berbeda dengan identitas Museum Anak Kolong Tangga yang saat ini dibangun, tidak dapat memvisualisasikan citra yang dimaksudkan oleh museum. Dapat dilihat dari logo yang digunakan Museum Anak Kolong Tangga saat ini, dari hasil wawancara dengan kurator, dalam pembuatan logo tersebut, tidak memiliki arti yang jelas, logo hanya sekedar saja membuatnya.



Gambar. 3. Logo Museum Anak Kolong Tangga

Identitas adalah termasuk kedalam proses *branding* yakni suatu disiplin proses untuk membangun kesadaran akan suatu *brand* dan untuk memperpanjang loyalitas pelanggan atau pengunjung. Seperti halnya saat berkenalan dengan orang lain, yang pertama kali dilihat adalah penampilan fisiknya, setelah itu akan timbul persepsi penilaian keseluruhan terhadap hal tersebut. Dibutuhkan seperangkat atribut lainnya untuk menjaga konsistensi penerapan berbagai media pada museum, karena penerapan yang konsisten dapat meningkatkan kepekaan dan kepedulian pengunjung museum.

II. STUDI PUSTAKA

A. Museum Anak Kolong Tangga

Hampir 80% dari koleksi museum, merupakan sumbangan pak Rudi Corens untuk Yayasan Dunia Damai. Museum ini didirikan oleh Rudi Corens, seniman berkebangsaan Belgia yang telah berkeliling Indonesia selama 15 tahun untuk mengumpulkan mainan tradisional dan buku-buku lama, pembangunan museum di bantu oleh teman-temannya antara lain Diyan Anggraeni (Kepala Taman Budaya Yogyakarta) dan Anggi Minarni (Kepala Karta Pustaka Yogyakarta). Didalam museum dengan luas kurang lebih 30 m terdapat sekitar 3000 mainan dan permainan tradisional dari Indonesia dan luar negeri dari sekitar 10.000 buah mainan dan permainan yang masih tersimpan didalam gudang penyimpanan karena keterbatasan kapasitas museum serta kebijakan pihak museum.

B. Identitas Visual Terintegrasi

Identitas visual merupakan kombinasi dari logo, sistem visual (tipografi, warna, *imagery*) yang dibuat menjadi satu-kesatuan yang padu untuk menyampaikan pesan tertentu dari sebuah perusahaan, orang, benda, ataupun ide (Adams Sean dan Noreen Stone 2004). Identitas visual yang terintegrasi mencakup semua aplikasi desain, seperti logo, sistem visual (tipografi, warna, *imagery*) yang dipadu dalam satu kesatuan. Seumpama dengan manusia, identitas adalah penampilan fisiknya (termasuk logo), komunikasi dan perilakunya, sedangkan logo adalah wajahnya (Suriyanto Rustan 2009).

C. Diferensiasi pada Identitas Visual

Identitas menjadi penting sebagai alat mengidentifikasi paling sederhana, bentuknya berupa logo atau simbol. Hal tersebut dapat dengan langsung dilihat dan dirasakan. Identitas visual yang pertama kali menyapa konsumen saat mengenal sebuah produk. Diferensiasi suatu produk dicari melalui ribuan proses menggunakan berbagai media seperti *website* kemasan produk, brosur, *signage* dan lain sebagainya. Keseluruhan cara dilakukan brand untuk mendapatkan *positioning* dihati peminatnya.

D. Komponen Identitas Visual

1. Logo

Logo adalah kependekan dari *logotype*. Istilah logo lebih populer daripada *logotype*. Logo dapat menggunakan elemen apa saja : tulisan, logogram,

gambar, ilustrasi, dan lain-lain. Dilihat dari pengertian tersebut, maka logo sangat bergantung dari karakter masing-masing *brand*.

2. Warna

Menurut Aline Wheeler (2009) bahwa warna dapat memicu emosi dan membangkitkan asosiasi merek, tetapi juga untuk mengekspresikan diferensiasi. Warna memiliki kemampuan membangkitkan impresi, mampu menimbulkan efek-efek tertentu.

3. Tipografi

Tipografi terbagi dalam dua macam, yaitu tipografi dalam logo (*letter marks*), dan tipografi yang digunakan dalam media-media aplikasi logo (*corporate typeface / corporate typography*). Tipografi dapat juga dijadikan gambar namun dalam bentuk tulisan. Masing-masing jenis huruf yang menjadi elemen identitas menggambarkan sifat, kepribadian, nilai bahkan pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan tersebut, begitu pula dalam sebuah museum.

4. Elemen lainnya

Elemen lainnya dapat berupa fotografi, ilustrasi, *background*, infografis dan elemen-elemen yang membawa satu nuansa pada *brand*, *artworks*, infografik, ikon dan banyak lagi yang dapat memperkuat kepribadian dalam sebuah *brand*. Berfungsi untuk memperkuat identitas dengan menambah keunikannya, sehingga secara visual membuat *brand* lebih mudah dikenali. Background juga menciptakan *unity* / menjadi unsur pengikat antar elemen-elemen desain dan antar media-media aplikasi.

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

1. Jenis dan Sumber Data Primer

• Wawancara

Hasil wawancara yang diperoleh terhadap aspek-aspek terkait pada museum, diperoleh dari kurator yang merupakan *stakeholder* dari Museum Anak Kolong Tangga. Wawancara yang dilakukan adalah untuk mengetahui pengetahuan tentang museum, masalah dan kendala museum, rencana pembangunan museum, target museum, harapan dan keinginan museum.

• Observasi

Pengamatan atau observasi yakni aktivitas audit visual terhadap suatu proses atau objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan

pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian.

2. Jenis dan Sumber Data Sekunder

Penelitian juga didukung dengan data sekunder yang bersumber dari buku, artikel media cetak, artikel media elektronik, studi eksisiting, studi komparator.

B. Metode Perancangan

1. Analisa Bentuk

Bentuk juga bisa digunakan untuk menarik respon dari pengunjung. Penggunaan bentuk yang efektif akan secara psikologi memotivasi pengunjung, menginspirasi pengunjung dan menimbulkan rasa ingin tahu pengunjung kadang tanpa pengunjung sadari.

2. Analisa Benda Koleksi Museum

Analisa bentuk digunakan dalam menggambarkan salah satu dari empat poin keyword yakni mainan tradisional. Analisa benda juga mampu dalam mengarahkan atau menunjukkan makna kepada pengunjung (Kevin Budelmann 2010).

3. Metode Kreatif

Sebuah matriks morfologi pada dasarnya adalah tabel dengan komponen desain logo di kolom sebelah kiri dan ide-ide perancang berada disebelah kanan (Adham Dannaway 2012). Ide tersebut berasal dari proses brainstorming seorang desainer mengenai apa saja seluruh hal yang berhubungan dengan stakeholder.

IV. KONSEP DESAIN

A. Konsep dan Kriteria Desain

Adapun konsep desain didapat dari rangkaian alur penelitian yang sesuai dengan metode yang di gunakan :

- Sesuai dengan visi, misi dan citra yang ingin ditampilkan serta permintaan dari stakeholder
- Memberikan penggambaran akan sifat tradisionalitas dengan unsur menarik sebagai museum mainan anak.
- Memiliki nilai khas, keunikan dan diferensiasi yang menonjol dan jelas.

Konsep tersebut adalah berasal dari kata 'Bungah lan Sinau Dolanan Tradisional' yang artinya 'Bergembira dan Belajar dengan Mainan Tradisional'. Konsep ini menggambarkan museum sebagai museum mainan anak tradisional yang memiliki keunikan dan nilai yang dapat ditonjolkan yakni mainan tradisional tersebut. Konsep kemudian diturunkan kedalam sebuah kriteria-kriteria desain yang menjadi dasar penting penggambaran museum dalam sebuah desain. Kriteria tersebut adalah sebagai berikut :

- Menonjolkan penggambaran dan kesan mainan tradisional yang sesuai dengan mainan tradisional di Museum Anak Kolong Tangga (picturemark mainan tradisional)
- Penggambaran memiliki dan merepresentasikan makna yang sesuai
- Menggunakan warna yang cocok dan disukai oleh anak-anak namun tetap berkesan tradisional
- Tidak bersifat modern
- Menggunakan tipografi yang jelas keterbacaannya dan memberikan kesan tradisional
- Penggunaan naming sesuai, jelas, dan tidak menggunakan singkatan

1. Logo



Gambar. 4. Redesign logo Museum Anak Kolong Tangga

Logo dari museum fokus pada penggambaran mainan gasing. Makna dari *picturemark* logo Museum Anak Kolong Tangga tersebut adalah :

- *Picturemark* berbentuk ilustrasi mainan tradisional gasing.
- Bentuk gasing tersusun dari garis-garis lengkung yang saling berdekatan, merupakan gambaran sebuah buku yang digulung dan terlihat dari tampak samping. Buku adalah simbol dari proses belajar.
- Untaian tali yang terhempas bebas menggambarkan kebahagiaan yang tidak dapat diukur dan dikeluarkan secara lepas tanpa beban.



Gambar. 5 Konfigurasi logo Museum Anak Kolong Tangga

2. Warna

Warna yang digunakan adalah representasi dari tone warna gasing yang ada.



Gambar. 6. Warna logo Museum Anak Kolong Tangga

3. Tipografi

Jenis *font* diatas adalah: *Sans serif* dengan nama font Quicksand. Memiliki ciri tanpa sirip/*serif*, dan memiliki ketebalan huruf yang sama atau hampir sama. Pada *bodytext* digunakan *font* yang sama pada logo museum, yakni Quicksand. Penggunaannya bisa terhadap beberapa kondisi seperti Bold, Italic, Regular dan Light. Dari bentuk yang tebal hingga sangat tipis.

4. Elemen lainnya

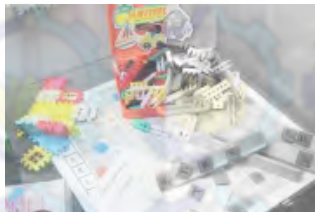
Elemen *background* berupa sebuah pola yang diambil dari bentuk *outline* mainan-mainan tradisional anak yang ada di museum. Komposisi nya sudah ditentukan begitu juga pada warna tiap bentuknya. Bentuk tersebut dapat pula digunakan sebagai ikon pada penerapan implementasi desain identitas visual Museum Anak Kolong Tangga. Selain elemen tersebut, terdapat pula elemen fotografi sebagai pendukung identitas.



Gambar. 7. Elemen pola Museum Anak Kolong Tangga

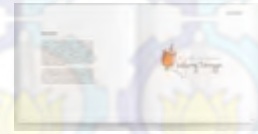


Gambar. 8. Elemen warna Museum Anak Kolong Tangga



Gambar. 9. Elemen fotografi Museum Anak Kolong Tangga

IV. Aplikasi Identitas Visual pada Media

1. *Graphic Standart Manual*

Gambar. 10. Buku grafis standar manual logo

2. *Stationary*

Gambar. 11. Aplikasi identitas pada media alat tulis museum



Gambar. 12. Aplikasi identitas pada seragam karyawan museum



Gambar. 13. Aplikasi identitas pada media promosi museum

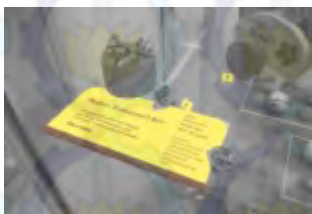


Gambar. 14. Aplikasi identitas pada kendaraan museum



Gambar. 15. Aplikasi identitas pada media toko museum

3. Enviromental Graphic Design



Gambar. 16. Aplikasi identitas pada interior museum



Gambar. 17. Aplikasi identitas pada eksterior museum

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa Perancangan Identitas Visual Museum Anak Kolong Tangga dapat diambil sebuah simpulan bahwa identitas visual merupakan sebuah hal yang krusial bagi sebuah perusahaan, organisasi ataupun museum khususnya bagi Museum Anak Kolong Tangga. Identitas visual menjadi alat yang mampu memberikan pembedaan dan menjadi pembangun ikatan hubungan dengan masyarakat. Identitas visual juga sebagai alat untuk *awareness* masyarakat akan kehadiran khususnya museum, yakni Museum Anak Kolong Tangga.

VI. UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis Z.C hanturkan kepada Allah SWT yang dengan kemudahannya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik, serta kepada kedua orang tua, dosen pembimbing dan penguji serta seluruh pihak dari program studi Desain Komunikasi Visual (DKV) ITS dan tak lupa teman kerabat di bangku perkuliahan.

VII. DAFTAR PUSTAKA

- [1.] "Mainan." <http://id.wikipedia.org/wiki/Mainan.html> (diakses pada tanggal 12 Januari 2015)
- [2.] Alina Wheeler, Willey edition, John Wiley & Sans inc, Designing Brand Identity, Canada. Hal.133
- [3.] Dannaway, Adham. "A Systematic Approach To Logo Design." <http://www.adhamdannaway.com/blog/branding/a-systematic-approach-to-logo-design.html> (diakses pada tanggal 25 April 2015)
- [4.] David E, Carter. 2003. *The big book of logo thepaperback*
- [5.] J. Linschoten, Drs. Mansyur, 2007, Warna, Institut Seni Indonesia, Yogyakarta
- [6.] Kevin Budelmann, Yang kim & Curt Woznial. 2010. *Essential Elements for Brandy Identity*. Rockport Publisher, Inc. Hal .32. Op Cit.
- [7.] Kevin Budelmann, Yang kim, & Curt Woznial. 2010. *Essential Elements for Brand Identity*. Rockport Publisher, Inc. Hal 8. Op Cit.
- [8.] Ollins, Wally.2002.*Corporate identity - the ultimate resource Busines*. Hal. 2
- [9.] Sadat, Andi. 2009. Brand Belief. Jakarta: Salemba Empat
- [10.] Stone, Lee Terry. 2010. Managing The Design Process, Concept Development. USA: Rockport Publishers, Inc. Hal. 71.
- [11.] Surianto Rustan, 2009, Merancang Logo, PT Gramedia Pustaka Utama.

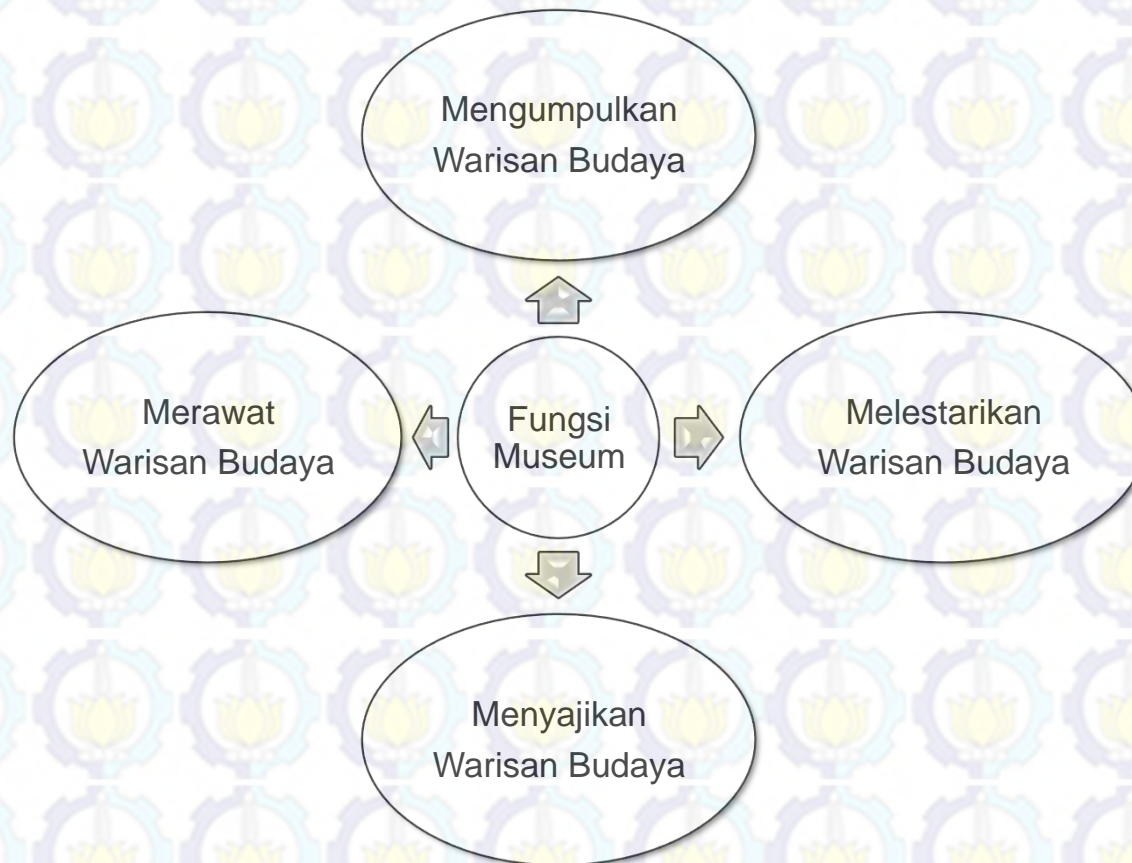
TUGAS AKHIR
RD - 141558

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL MUSEUM ANAK KOLONG TANGGA

Zahra Chairunnisa Nazam
3411110161

Museum merupakan lembaga yang diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Untuk : tujuan studi, penelitian & kesenangan / hiburan

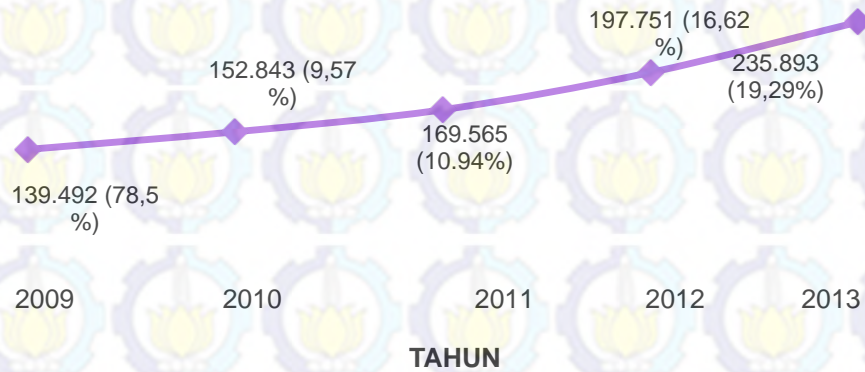




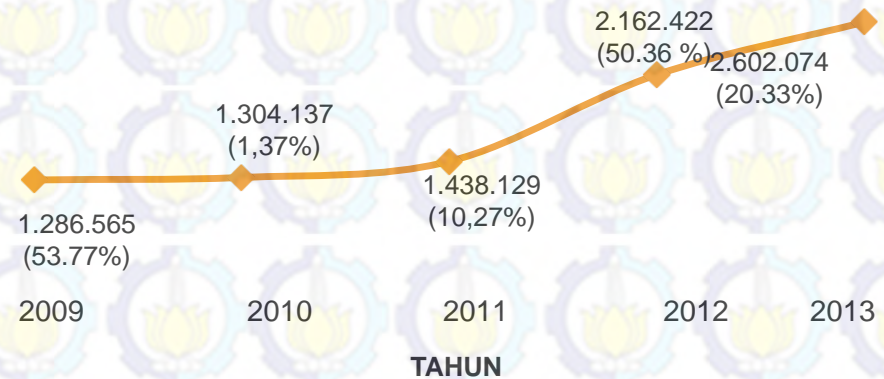
Kota Yogyakarta adalah salah satu kota yang memiliki potensi museum yang sangat banyak.

Dari 275 museum yang ada di Indonesia, Yogyakarta memiliki 31 museum dengan beragam koleksinya.

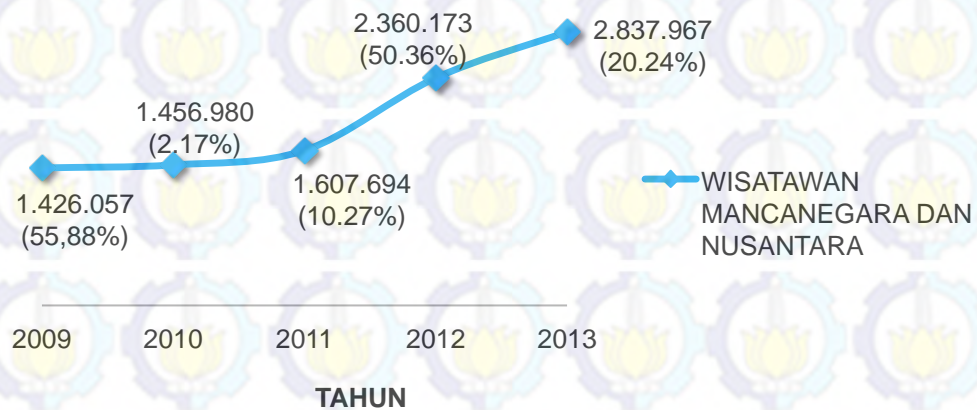
WISATAWAN MANCANEGARA



WISATAWAN NUSANTARA



WISATAWAN MANCANEGARA DAN NUSANTARA



Grafik 1.1 Grafik pertumbuhan kunjungan wisatawan mancanegara ke DIY Tahun 2009-2013 Daerah Istimewa Yogyakarta. *Statistik Kepariwisata* 2013. Daerah Istimewa Yogyakarta : Author, 2013.

Museum Terkenal di Kota Yogyakarta

Museum
Sasmitaloka

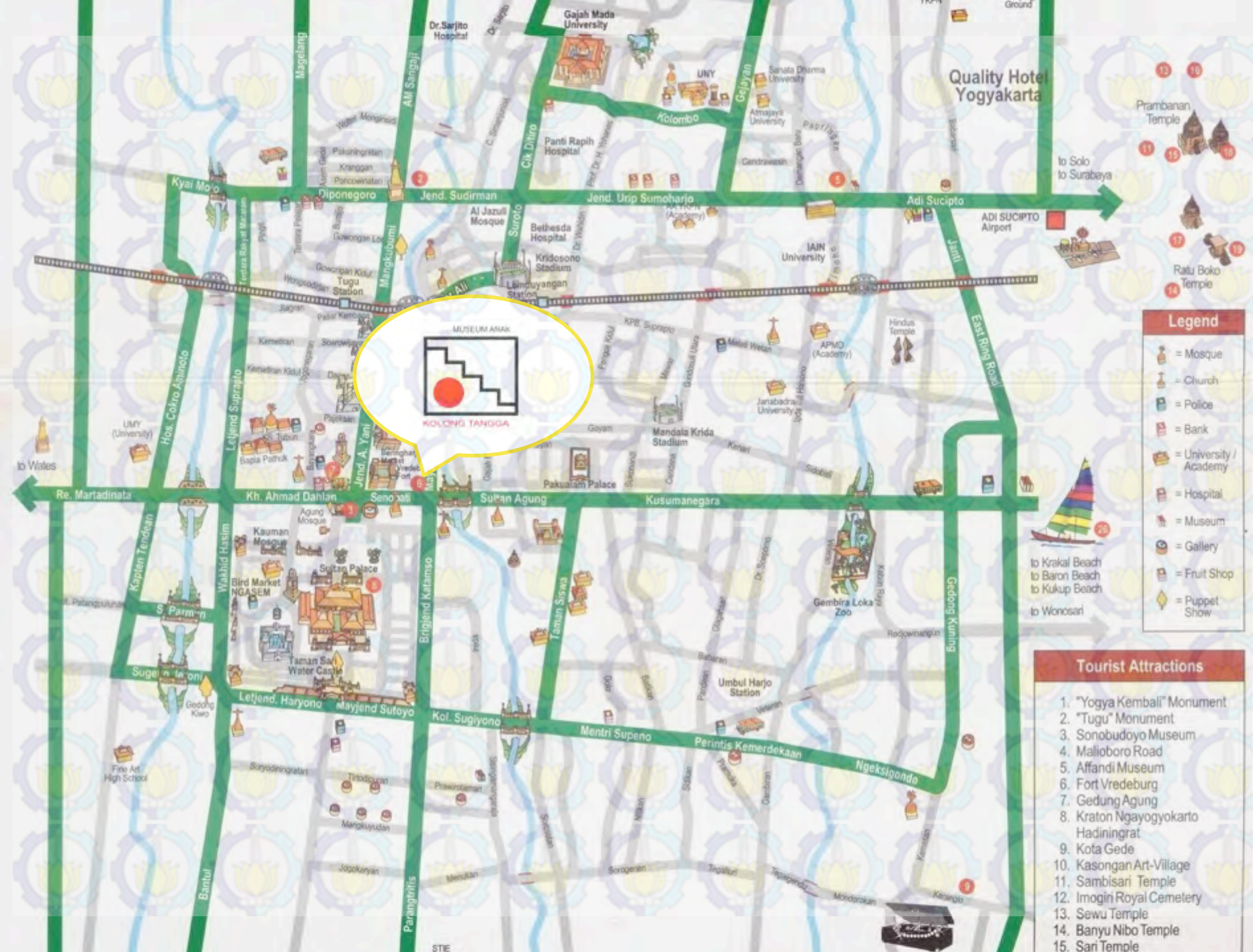
Museum Biologi
UGM

Museum Benteng
Vrederburg











Museum
Sonobudoyo I

Museum Monjali

Museum
Pendidikan
Indonesia



Legend

-  = Mosque
-  = Church
-  = Police
-  = Bank
-  = University / Academy
-  = Hospital
-  = Museum
-  = Gallery
-  = Fruit Shop
-  = Puppet Show

Tourist Attractions

1. "Yogya Kembali" Monument
2. "Tugu" Monument
3. Sonobudoyo Museum
4. Malioboro Road
5. Affandi Museum
6. Fort Vredenburg
7. Gedung Agung
8. Kraton Ngayogyakarta Hadiningrat
9. Kota Gede
10. Kasongan Art-Village
11. Sambisari Temple
12. Imogin Royal Cemetery
13. Sewu Temple
14. Banyu Nibo Temple
15. Sari Temple



Berdiri dikawasan yang tidak pernah sepi pengunjung, di Taman Budaya Yogyakarta (TBY) dekat dengan kawasan malioboro.

Museum ini didirikan pada 2 Februari 2008 dengan koleksinya berupa 10.000 mainan anak tradisional.

Visi & Misi

1. Mengumpulkan objek-objek yang ada kaitannya dengan mainan tradisional tempo dulu baik di Indonesia maupun di luar negeri
2. Melestarikan objek-objek kerajinan rakyat yang masih tersisa yang berhubungan dengan mainan tradisional, untuk menjaga tradisi ini tetap hidup dengan tujuan membangkitkan dan menambah ketertarikan generasi muda pada seni dan kerajinan tradisional dengan menggunakan bahan alami dan lingkungan sekitar
3. Membantu anak dan remaja untuk mengenalkan pada budaya bangsa sejak dini
4. Menambah kecintaan pada seni dan budaya mainan tradisional dan cerita lama yang memiliki pesan moral juga makna.

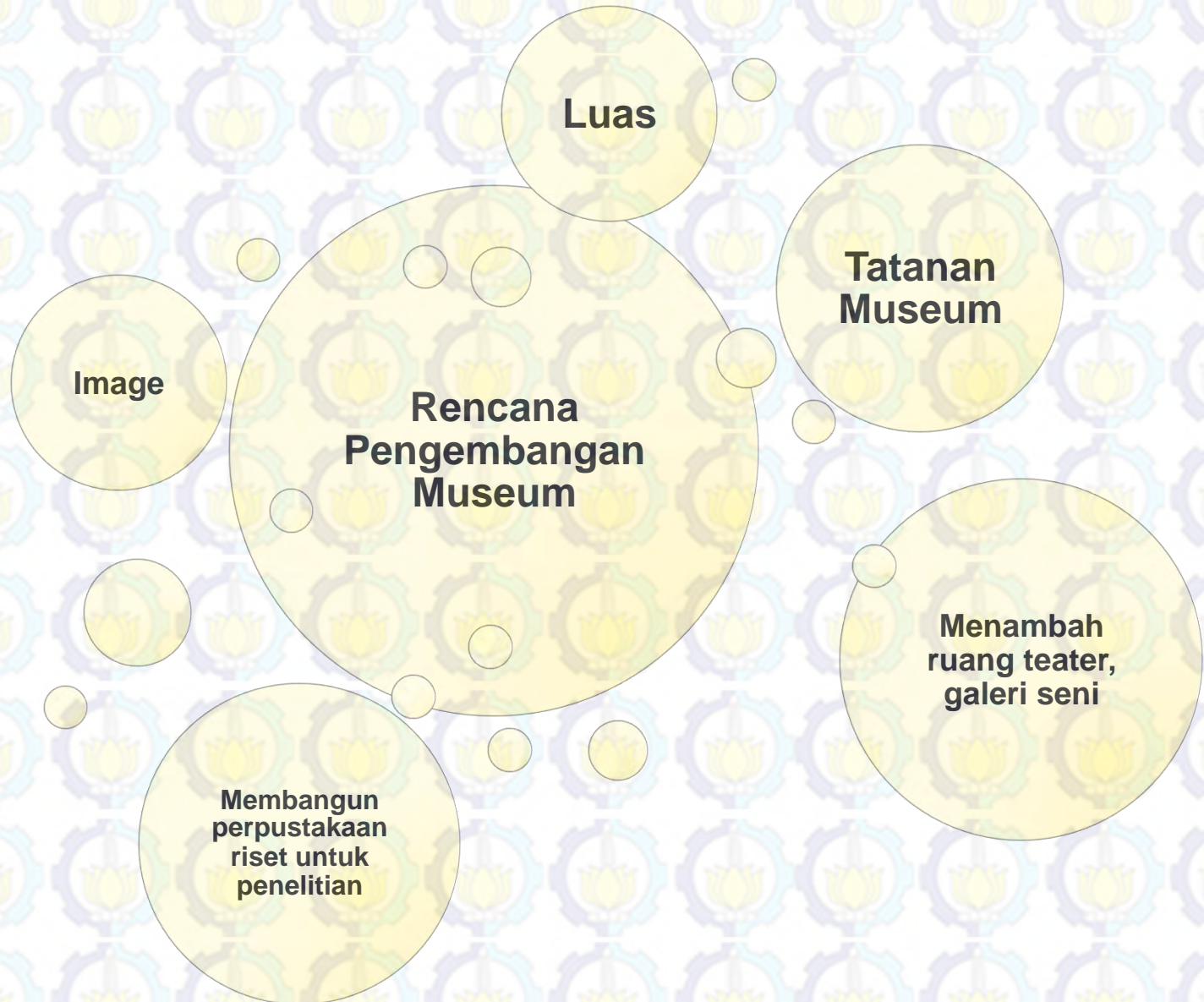


80 % mainan di Museum Anak Kolong Tangga adala koleksi sang kurator, yakni Rudi Corens. Seorang seniman asal belgia yang menetap di Yogyakarta dan mendesikasikan diri pada dunia anak dan permainan anak.





Latar Belakang






Museum Anak Kolong Tangga merupakan museum mainan anak tradisional **satu-satunya di Indonesia** dengan 10.000 koleksi mainan didalamnya.

Pada tahun 2014 terdapat **6 Program Prioritas Nasional** di **bidang kebudayaan**. Salah satu dari 6 Program Prioritas Nasional tersebut adalah **revitalisasi museum**.

Setidaknya ada enam aspek revitalisasi museum yaitu :
fisik, manajemen, program, jejaring, kebijakan, dan pencitraan.

Tampilan fisik museum harus dibuat menarik, misalnya dengan melakukan penataan interior, eksterior, dan rehabilitasi fasilitas penunjang lainnya.

Aspek manajemen dengan meningkatkan profesionalisme dalam pengelolaan museum dan pelayanan pengunjung.

The background of the slide features a repeating pattern of a stylized gear with a lotus flower inside, in shades of blue and yellow. A solid yellow horizontal bar is at the top of the slide.

**Design is likely to be an especially important function –
cultural products and services.**

**Design is intrinsic to these sectors because
it is an inherent aspect of the aesthetic or symbolic qualities
of the product, because it informs emotional experiences.**

(Rieple & Pitsaki, 2011).



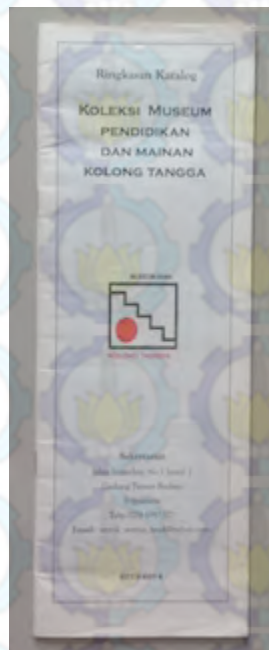
- Keunikan museum dengan 10.000 mainan anak tradisional didalamnya tidak sesuai dengan visualisasi citra museum yang ada saat ini.
- Usaha pengembangan image museum belum diimbangi dengan identitas visual yang sesuai.
- Identitas visual pada Museum Anak Kolong Tangga belum mampu menjadi alat bersaing dengan museum dan objek wisata lain.



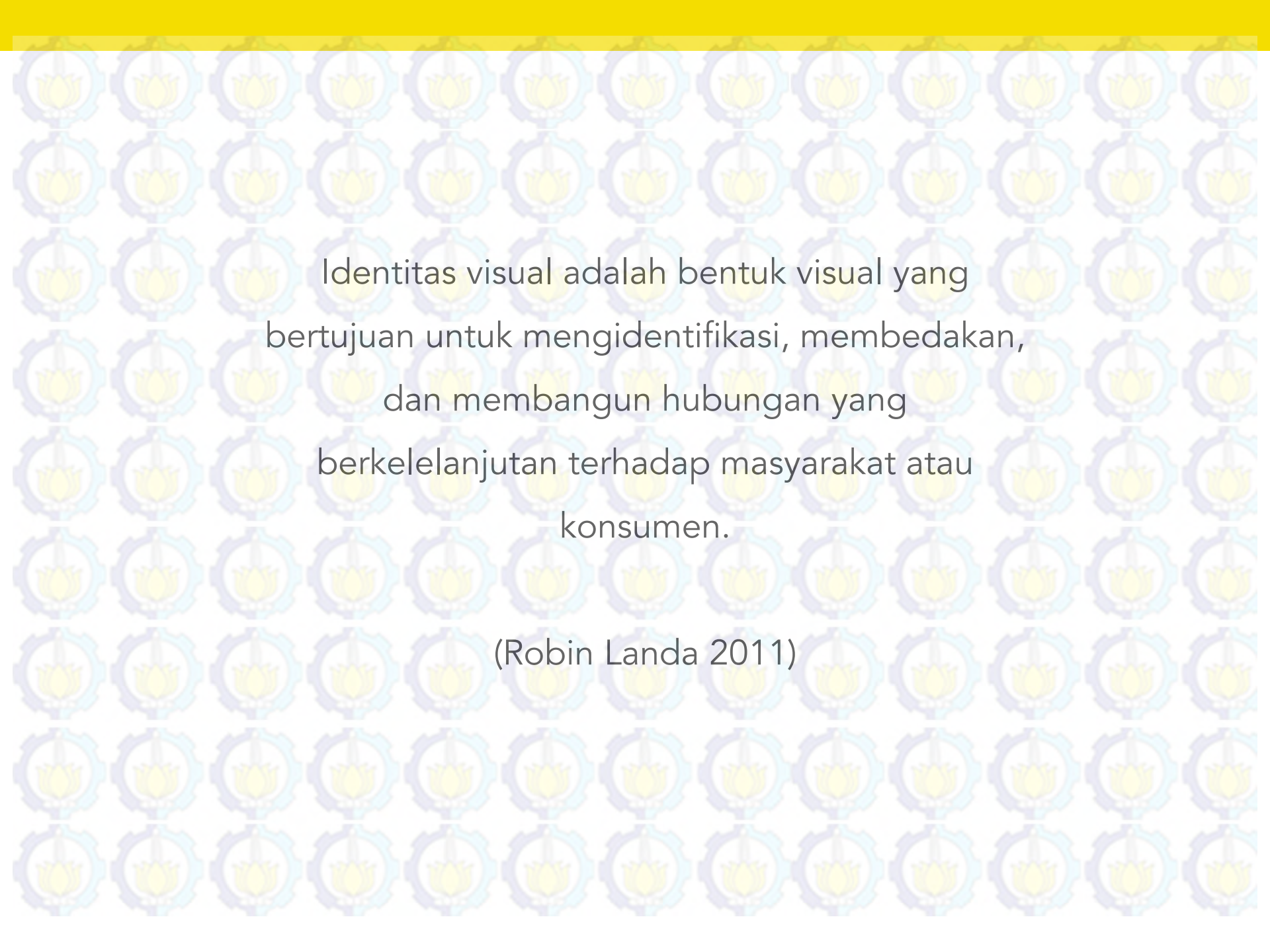
mint

museum of toys



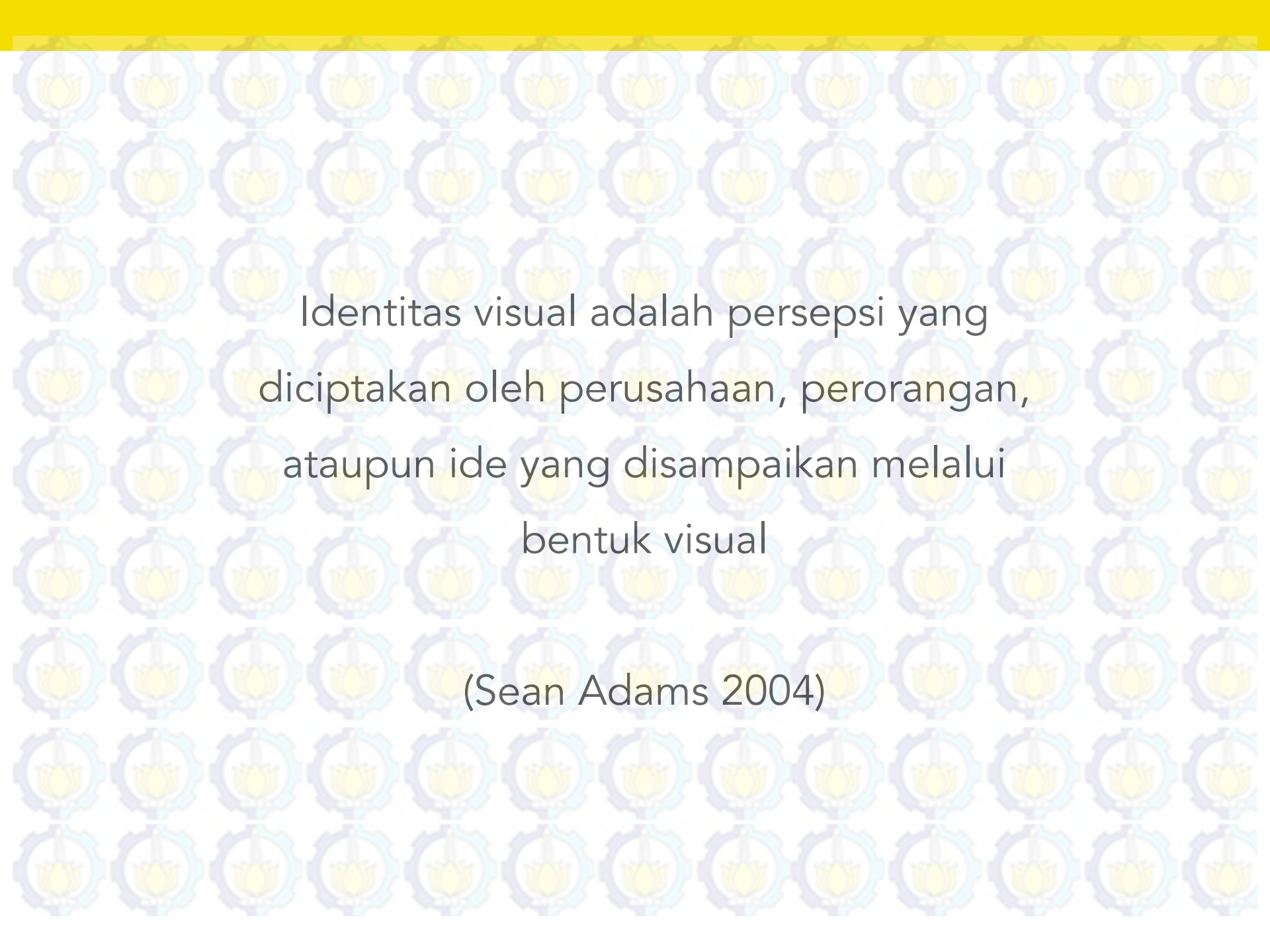


**Sehingga stakeholder membutuhkan
perancangan identitas visual penunjang usaha
pengembangan pada image Museum Anak
Kolong Tangga.**



Identitas visual adalah bentuk visual yang bertujuan untuk mengidentifikasi, membedakan, dan membangun hubungan yang berkelanjutan terhadap masyarakat atau konsumen.

(Robin Landa 2011)



Identitas visual adalah persepsi yang
diciptakan oleh perusahaan, perorangan,
ataupun ide yang disampaikan melalui
bentuk visual

(Sean Adams 2004)



Rumusan Masalah

**“ Bagaimanakah merancang identitas visual
Museum Anak Kolong Tangga yang
terintegrasi dengan baik mencerminkan
citra museum sebagai museum mainan dan
permainan tradisional anak ? ”**



Metode Penelitian



Narasumber utama dalam perancangan ini adalah Bapak Rudi Corens selaku Kurator Museum Anak Kolong Tangga.

Tahap pengumpulan data



Tahap identifikasi masalah



Tahap Analisa Permasalahan



Tahap Pengambilan Keputusan

Metode Perancangan Konsep Desain

- Analisa Benda Koleksi Museum



Merupakan lembaran bahan tipis yang berkerangka yang diterbangkan ke udara dan terhubung dengan tali atau benang ke daratan atau pengendali



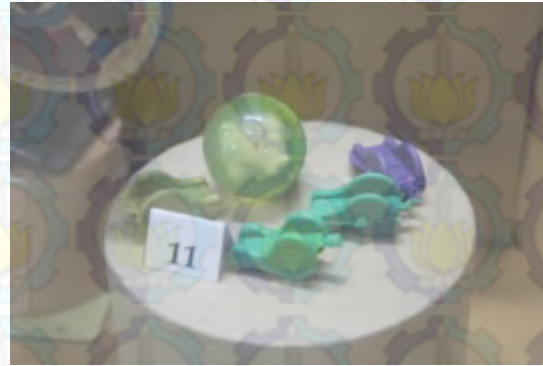
Berasal dari Jawa Tengah, biasanya dimainkan oleh anak-anak perempuan 2-4 orang. Terdapat bola karet yang dapat memantul beserta 10 biji bekel.



Merupakan mainan yang bisa berputar pada poros dan kesetimbangan pada satu titik.



Khas dengan warna-warni yang sangat disukai oleh anak perempuan khususnya. Bentuknya ajaib, ketika ditutup terlihat biasa saja, namun begitu diputar akan membentuk tiga bulatan cantik yang saling bersebelahan.



Bentuknya seperti kincir angin pada umumnya dengan memanfaatkan angin kemudian diubah menjadi kekuatan mekanik.



Adalah permainan berjalan dengan menaiki bambu, permainan dapat dilakukan oleh satu orang saja.

- **Metode Kreatif**

Sebuah matriks morfologi pada dasarnya adalah tabel dengan komponen desain logo di kolom sebelah kiri dan ide-ide perancang berada disebelah kanan

(Adham Dannaway 2012)

Selain untuk memetakan ide-ide, tabel matriks morfologi juga sebagai jalan untuk menciptakan simbol unik yang dapat orang lain ingat.

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL MUSEUM ANAK KOLONG TANGGA

STUDI PENGUMPULAN DATA

Fenomena, Problematika
Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah

IDENTIFIKASI MASALAH

Data Sekunder, Data Primer

Studi
Literatur

Studi
Komparator

Wawancara
Mendalam

Observasi

ANALISA

KONSEP DAN KRITERIA DESAIN

IMPLEMENTASI / PROSES PENGEMBANGADESAIN

Proses pembuatan desain identitas dan
penerapan desain pada media

ALTERNATIF 1

ALTERNATIF 2

REFINEMENT

FINAL DESAIN

Identitas Museum Anak Kolong Tangga
dan Implementasi pada Media



Konsep Desain

1. Sesuai dengan **visi, misi dan citra** yang ingin ditampilkan serta permintaan dari *stakeholder*
2. Memberikan penggambaran akan sifat **tradisionalitas** dengan unsur menarik sebagai museum mainan anak.
3. Memiliki **nilai khas, keunikan dan diferensiasi** yang menonjol dan jelas.



Kriteria Desain

- Menonjolkan penggambaran dan kesan **mainan tradisional** yang sesuai dengan mainan tradisional di Museum Anak Kolong Tangga (*picturemark* mainan tradisional)
- Penggambaran memiliki dan merepresentasikan **makna yang sesuai**
- Menggunakan **warna yang cocok** dan disukai oleh anak-anak namun **tetap berkesan tradisional**
- Tidak bersifat modern
- Menggunakan **tipografi yang jelas keterbacaannya** dan memberikan kesan tradisional
- Penggunaan ***naming* sesuai, jelas, dan tidak menggunakan singkatan**
- Didalam **logo terdapat *picturemark*** dari mainan tradisional dan merupakan hasil dari metode matriks morfologi sehingga terangkai sebuah makna yang dalam pada desain logo tersebut yang menggambarkan mainan anak tradisional.

visi dan misi

1. Mengumpulkan objek-objek yang ada kaitannya dengan mainan tradisional tempo dulu baik di Indonesia dan jika memungkinkan di luar negeri.
2. Melestarikan objek-objek kerajinan rakyat yang masih tersisa yang berhubungan dengan main tradisional, untuk menjaga tradisi ini tetap hidup dengan tujuan membangkitkan dan menambah ketertarikan generasi muda pada seni kerajinan tradisional dengan menggunakan bahan alami dan lingkungan sekitar.
3. Membantu anak dan remaja untuk mengenalkan pada budaya bangsa sejak dini.
4. Menambah kecintaan pada seni dan budaya mainan tradisional dan cerita lama yang memiliki pesan moral juga makna.

stakeholder

1. Sesuai dengan visi, misi dan citra yang ingin ditampilkan serta permintaan dari stakeholder
2. Memberikan penggambaran akan mainan tradisional yang tidak tersentuh oleh modernisasi
3. Memiliki nilai khas, keunikan dan daya pembeda yang jelas.

Museum Anak Kolong Tangga sebagai museum yang memiliki fungsi sebagai media edukasi budaya yang mengangkat tentang mainan dan permainan anak tradisional

Museum Anak Kolong Tangga membutuhkan identitas visual yang mampu memperkenalkan keunggulannya sebagai sarana edukasi budaya yang mengangkat tentang mainan dan permainan anak tradisional

fenomena

1. Museum Anak Kolong Tangga merupakan museum mainan dan permainan anak tradisional satu-satunya di Indonesia.
2. Museum Anak Kolong Tangga didatangi pengunjung dalam maupun luar negeri.
3. Museum memiliki rencana pembenahan dari segi luas, image, hingga tatanan museum dengan menambahkan ruang teater, galeri seni dengan tema yang dibedakan.
4. Akan datangnya guru dan beberapa tenaga kerja ahli dari Belanda dan Belgia

problematika

Identitas visual yang ada pada Museum Anak Kolong Tangga saat ini belum mampu menjadi alat untuk bersaing dengan museum lain, sedangkan banyak museum di Indonesia yang telah membenahi diri dan memiliki identitas visualnya sendiri, selain itu museum mainan di mancanegara juga memiliki identitas yang menarik. Hal itu membuat museum lebih familiar di mata masyarakat. Oleh sebab itu, Museum Anak Kolong Tangga memerlukan identitas visual yang baru, yang mampu memberikan diferensiasi antara Museum Anak Kolong Tangga dengan museum lainnya.

audit visual

1. Logo yang ada sebelumnya tidak merepresentasikan museum sebagai mainan tradisional anak.
2. Museum Anak Kolong Tangga tidak mempunyai sistem grafis yang terintegrasi sehingga pengaplikasian pada media dan turunannya tidak maksimal

rumusan masalah

“ Bagaimanakah merancang identitas visual Museum Anak Kolong Tangga yang terintegrasi dengan baik mencerminkan citra museum sebagai museum mainan dan permainan tradisional anak ? ”



what to say :

**Bugah lan Sinau
Bareng Dolanan
Tradisional**

“ Bugah lan Sinau Bareng Dolanan Tradisional ”

Museum Anak Kolong Tangga merupakan museum mainan anak tradisional yang didalamnya terdapat obyek mainan kerajinan rakyat. Pada setiap permainan tradisional memiliki pesan moral juga makna kehidupan. Selian kebahagiaan yang didapat saat bermain, secara tidak langsung juga mendapatkan pembelajaran dari pesan moral.



Proses Desain

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL MUSEUM ANAK KOLONG TANGGA

1

Proses desain diawali berdasarkan konsep desain dan kriteria yang sesuai kemudian menghasilkan sebuah ikon.

KONSEP
DESAIN

KRITERIA
DESAIN

KEYWORD

*"Rugah lan Simbu
Rareng Balahan
Tradisional"*

PROSES
DESAIN

2

Proses desain kemudian dilanjutkan kedalam sebuah sketsa kasar dan beberapa alternatif digital dengan menggunakan metode

STUDI & ANALISA
WORD LIST

*Analisa
Benda
Koleksi
Museum*

Sketsa kasar 1

Alternatif 1

Revisi

Alternatif 2

*proses
pengiriman
desain
&
feedback*

3

Dalam tahap ini, pihak stakeholder menjadi sumber utama dalam menentukan desain yang tepat. Stakeholder memiliki wewenang untuk memilih desain yang sesuai. Desain dibuat dengan dasar keyword menggunakan beberapa metode analisa benda koleksi museum & morfologikal matriks

FINAL
DESIGN

Final Design





Keywords

***“ Bugah lan Sinau Bareng
Dolanan Tradisional ”***

Word list



Analisa Benda Museum



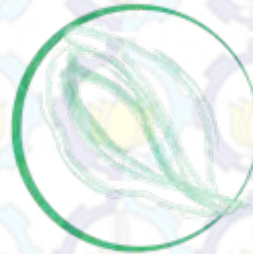
Sketsa kasar



Digitalisasi sketsa



Bentukan Utama





MUSEUM ANAK
KOLONG TANGGA



MUSEUM ANAK
kolong tangga



MUSEUM ANAK
kolong tangga

















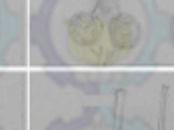
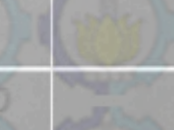








MUSEUM ANAK
KOLONG TANGGA

Beberapa bentuk tidak sesuai dengan museum, maka yang dapat mewakili sesuai dengan konsultasi kepada pihak stakeholder serta mengacu pada kriteria dan konsep desain, antara lain: bentuk layangan, bentuk mainan gasing, dan bentuk kelereng.



Setelah memfokuskan proses desain pada bentukan gasing, maka didapatlah bentukan yang sesuai hasil dari proses analisa benda museum dan metode kreatif yakni matriks morfologi.

Metode Kreatif

COMPONENTS	SOLUTION							
WORD ELEMENT: MUSEUM ANAK KOLON TANGGA	MUSEUM ANAK KOLON TANGGA	MUSEUM ANAK KOLON TANGGA	MUSEUM ANAK KOLON TANGGA	MUSEUM ANAK KOLON TANGGA	MUSEUM ANAK KOLON TANGGA	MAKT	MUSEUM ANAK KOLON TANGGA	MUSEUM ANAK KOLON TANGGA
PICTURE ELEMENT: BUGAH (GEMBIRA)								
PICTURE ELEMENT: SINAU (GEMBIRA)								
PICTURE ELEMEN: DOLANAN TRADISIONAL								
								
								
								
								

Picturemark Museum Anak Kolong Tangga

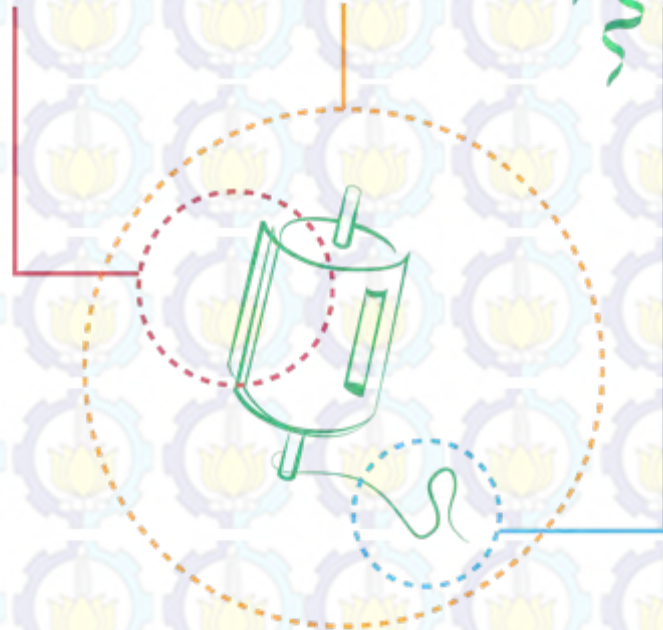
Sinau (belajar)



Dolanan Tradisional
(mainan tradisional)



Bugah
(bergembira)



Makna dari *picturemark* logo Museum Anak Kolong Tangga tersebut adalah :

- *Picturemark* berbentuk ilustrasi mainan tradisional gasing. Gambar gasing memberikan penggambaran langsung kepada masyarakat mengenai Museum Anak Kolong Tangga sebagai museum mainan tradisional.
- Bentuk gasing tersusun dari garis-garis lengkung yang saling berdekatan, **merupakan gambaran sebuah buku yang digulung dan terlihat dari tampak samping**. Buku adalah simbol dari proses belajar. Mainan tradisional merupakan media bermain yang edukatif, tidak hanya mengetahui teknik bermain, namun kita dapat merasakan kebersamaan dan pelajaran hidup lainnya saat bermain mainan tradisional secara tidak langsung kita rasakan.
- Untaian tali yang terhempas bebas menggambarkan kebahagiaan yang tidak dapat diukur dan **dikeluarkan secara lepas tanpa beban**. Tali bersifat mengikat namun sebenarnya tidak bersifat mengekang. Begitu juga dengan kebahagiaan, perasaan tersebut dapat dirasakan oleh siapapun tanpa beban. Bebas secara fleksibel berekspresi tentang segala hal. Hal itulah yang menjadi perilaku anak-anak saat bermain. Mereka bebas berekspresi namun nantinya dari mainan tersebut mereka akan banyak belajar tentang unsur kehidupan.



Makna analisa benda :

- Gasing berputar dengan **seimbang** begitu pula dengan hidup manusia yang juga harus berputar secara seimbang.



Tipografi

Alternatif Logotype

aa *arsenale white*

aa bb cc dd ee ff gg hh ii jj kk ll mm nn
oo pp qq rr ss tt uu vv ww xx yy zz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * ()

Aa Quicksand

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * ()

Aa Pajarakan Studs

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll
mM nN oO Pp Qq rR sS tT uU vV
wW xX yY zZ
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * ()

Logotype terpilih

aa *arsenale white*

aa bb cc dd ee ff gg hh ii jj kk ll mm nn

oo pp qq rr ss tt uu vv ww xx yy zz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * ()

Merupakan goresan tangan yang dikerjakan dengan pena, kuas atau pensil tajam dan biasanya miring ke kanan. Kesan yang ditimbulkan adalah sifat pribadi dan akrab.

Aa Quicksand

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn

Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * ()

Mendukung font utama, terlihat harmoni dan nyaman dibaca, sehingga mudah untuk menyampaikan informasi yang disampaikan

Alternatif Bodytext

Aa Quicksand

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn

Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * ()

Aa Marion

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn

Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * ()

Bodytext terpilih

Aa Quicksand

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn

Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * ()

Mendukung font utama, terlihat
harmoni dan nyaman dibaca, sehingga
mudah untuk menyampaikan informasi
yang disampaikan



Kriteria warna

Moodboard warna





C: 0 R: 248
M: 55.92 G: 138
Y: 90.56 B: 49
K: 0



C: 37.91 R: 134
M: 58.51 G: 94
Y: 80.11 B: 60
K: 25.11



C: 37.85 R: 99
M: 77.11 G: 46
Y: 99.55 B: 6
K: 50.63

MUSEUM ANAK
Kolong tangga



C: 37.85 R: 99
M: 77.11 G: 46
Y: 99.55 B: 6
K: 50.63

Makna Warna dari Logo :

- Coklat melambangkan **sifat tradisionalitas**, maianan tradisional dekat dengan alam, saat bermain dengan alam anak akan berinteraksi dengan wilayah sekitar, merasakan kotoranya tanah yang memberikan pembelajaran bagi mereka
- Orange melambangkan kehangatan, **keceriaan** yang didapatkan dengan memainkan permainan tradisional. Saat bermain permainan tradisional akan ada unsur kerjasama, pantang menyerah dan semua hal tersebut seimbang dengan pembelajaran yang didapatkan.

Aplikasi pada
logotype dan
bodytext yang ada di
Museum Anak Kolong
Tangga





MUSEUM ANAK
kolong tangga

Logo Primer



MUSEUM ANAK
kolong tangga

Logo Sekunder

Proporsi

Untuk menjaga kesamaan penggunaan dan keteraturan dari kedua elemen logo maka digunakan grid bantu serta skala yang akan membantu pengguna untuk mengaplikasikan logo secara benar.



Dari beberapa alternatif susunan logo yang diajukan, terdapat susunan logo yang dijadikan bentukan sekunder, antara lain :

1		Logo utama dengan elemen secara keseluruhan, saat digunakan secara keseluruhan.
2		Logo dalam bentuk sekunder, dengan elemen yang lengkap.
3		Bagian picturemark dari logo yang dipakai sesuai dengan kebutuhan identitas, jika yang dibutuhkan hanya picturemark saja.
4		Bagian logotype dari logo yang dipakai sesuai dengan kebutuhan identitas, jika yang dibutuhkan hanya logotype saja.



mint
museum of toys



* Uji coba berdampingan dengan logo museum mainan lain



Desain yang dihasilkan terlihat lebih **segar, sederhana** dan **mudah dipahami** serta mewakili konten visi, misi serta harapan dan keinginan stakeholder.

Bentuk logo merupakan **hasil dari proses matriks morfologi** sesuai dengan keyword yang kemudian digambarkan secara visual lewat cara digital.



Logo dianggap **mampu untuk mewakili Museum Anak Kolong Tangga** dari keyword museum (Bugah lan Sinau Bareng Dolanan Tradisional) sehingga secara visual dapat dipresepsikan dengan jelas.



Elemen lainnya

Background



Background

Warna yang ada pada moodboard terdiri dari beraneka ragam. Keaneka ragam tersebut dapat menjamah target audien yakni dikhususkan kepada anak-anak yang bersifat ceria dan *colorfull*. Dari beberapa warna tersebut kemudian disaring kembali yang sesuai dengan harapan museum dan beberapa ketentuan lainnya. Warna yang dipilih adalah warna yang sesuai dengan *keyword*.

				
C: 0 M: 85,42 Y: 69,15 K: 0 R: 240 G: 77 B: 77	C: 26,51 M: 57,41 Y: 100 K: 0 R: 248 G: 138 B: 49	C: 0,49 M: 45,56 Y: 97,25 K: 0 R: 247 G: 155 B: 35	C: 0,21 M: 94,77 Y: 20,77 K: 0 R: 237 G: 46 B: 123	C: 37,04 M: 84,85 Y: 0 K: 0 R: 167 G: 74 B: 156
				
C: 58,05 M: 16,2 Y: 0 K: 0 R: 59 G: 169 B: 173	C: 68,43 M: 0 Y: 40,03 K: 0 R: 221 G: 227 B: 67	C: 16,93 M: 0 Y: 86,02 K: 0 R: 221 G: 227 B: 67	C: 2,36 M: 1,23 Y: 82,95 K: 0 R: 254 G: 236 B: 72	

[illegible]

Ikon



Ikon yang akan dipakai dalam elemen penerapan desain tersebut untuk mendukung pembagian zona pada *wayfinding* adalah tersinspirasi dari mainan-mainan tradisional yang ada di museum

Fotografi





Penerapan pada media

Brand touchpoint wheel

adalah konsep yang memberikan gambaran mengenai aspek bagi pengguna terhadap interaksi dengan desain pada proses pra-pembelian, pembelian dan pasca-pembelian.

Gloppen (2009)



Graphic Standart Manual



Jenis Media	: Standar Manual Grafis (Media Cetak)
Fungsi	: Buku acuan penggunaan logo
Deskripsi	: Media yang didalamnya terdapat acuan penggunaan logo agar logo dari Museum Anak Tradisional tetap terjaga konsistensinya.
Spesifikasi ukuran	: 22 cm x 20 cm Halaman : 48 hal
Halam Material	: Cover – Art paper 210 gr, Halaman dalam – Art paper 210gr
Finishing	: Hardcover

Stationary

Kop surat & Amplop



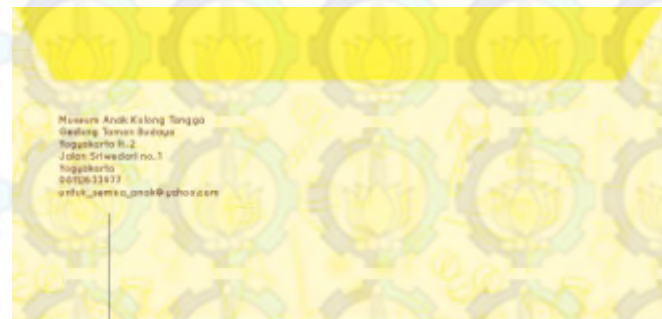
Alamat Museum: Tande Tingga, Nene, Sulu

Kontak Surat

Logo Museum Andi Kaling Tingga



31/1/20



Museum Andi Kaling Tingga
Desing, Taman Budaya
Kagayakarta R.2
Jalan Sriwedari no.1
Kagayakarta
9610633477
info_memo_ank@yahoo.com

Alamat Museum

Jenis Media : Kop surat dan amplop

Fungsi : Perlengkapan kantor

Deskripsi : Kop surat & amplop digunakan untuk keperluan surat-menyurat sebagai salah satu perlengkapan kantor, dengan ketentuan kop surat dan juga elemen teks pada amplop yang telah tertera.

Spesifikasi ukuran : Kop surat 21cm x 29,7 cm

Amplop 22 cm x 11 cm

Material : Kop surat, Bc Tic 90 gr

Amplop, Bc Tic dan Laminasi doff 120 gr

Stempel



Jenis media	: Stempel
Fungsi	: perlengkapan kantor
Spesifikasi	: Cap logo dengan tinta

Map Holder



Jenis Media

: Map holder

Fungsi

: Perlengkapan kantor

Deskripsi

: Digunakan untuk keperluan surat-menyurat maupun keperluan lain yang memerlukan media ini.

Spesifikasi ukuran

: 46 x 32 cm

Material

: Art paper dan laminasi doff 260 gr

Kartu nama & Id card



Jenis media	: Kartu nama dan kartu identitas
Fungsi	: Perlengkapan kantor
Deskripsi	: Kartu nama sebagai peralatan kantor sekaligus media marketing yang wajib dimiliki oleh seluruh stakeholder Museum Anak Kolong Tangga. Dengan ketentuan pencantuman logo pada bagian depan, dan pada bagian belakang. Kartu identitas berguna sebagai tanda pengenal bagi karyawan serta pemandu yang turun ke lapangan bertemu dan berinteraksi dengan pengunjung museum.
Spesifikasi ukuran	: kartu nama, 9 x 5.5 cm Kartu identitas 8,5 x 6 cm
Material	: kartu nama, bc tic 200gr Kartu identitas, VC

CD Cover



Jenis Media	: CD Cover
Fungsi	: Perlengkapan kantor
Deskripsi	: Salah satu peralatan kantor yang digunakan untuk menyimpan atau mengirim data baik berupa dokumen kantor maupun dalam bentuk video dokumentasi.
Spesifikasi ukuran	: 12,5 x 12,5 cm
Material	: Box tebal untuk CD

Seragam



Jenis Media

: Seragam

Fungsi

: Perlengkapan kantor

Deskripsi

: Seragam digunakan para karyawan baik kantor maupun pemandu. Seragam untuk memudahkan pengunjung untuk mengenali para pegawai dan pemandu museum.

Spesifikasi ukuran

: Kemeja berwarna kuning dengan aksan disiku

Material

: Bahan katun

Booklet



Jenis Media	: Booklet
Fungsi	: Perlengkapan museum
Deskripsi	: Booklet berisikan keterangan benda-benda yang ada didalam museum
Spesifikasi ukuran	: 15 x 10,5 cm
Material	: Bc tic 120gr dan jilid jahit

Brosur



Jenis Media	: Brosur
Fungsi	: Media komunikasi pemasaran
Deskripsi	: Katalog didalamnya terdapat keterangan benda-benda museum.
Spesifikasi ukuran	: 10 x 29,7 cm
Material	: Artpaper 120 gr

Website



Jenis Media

: *Website interface*

Fungsi

: Media komunikasi pemasaran

Deskripsi

: *website interface* dan *social media interface*

Spesifikasi ukuran

: 1280 x 1024 px

Billboard



Jenis Media

: *Billboard*

Fungsi

: Media komunikasi pemasaran

Poster



Jenis Media

: Poster acara

Fungsi

: Media komunikasi

Deskripsi

: Poster merupakan media cetak yang memberikan informasi cenderung bersifat persuasif, biasanya berisikan informasi tentang acara-acara yang yak diadakna oleh museum. Ditempel di lingkungan umum.

Spesifikasi ukuran

: 42 x 29,7 cm

Material

: Art paper 260 gr

Banner



Jenis Media

: *Standing banner*

Fungsi

: Media komunikasi

Deskripsi

: Sebagai alat pembangun citra Museum Anak Kolong Tangga. Cenderung digunakan untuk kegiatan pameran atau kebutuhan kantor.

Spesifikasi ukuran

: Standing banner : 160 x 60 cm

Umbul-umbul : 3 x 1 m

Material

: Standing banner , plastik paper (doft)

Umbul-umbul, plastic paper (doft)

Flyer



Jenis Media	: Flyer
Fungsi	: Media komunikasi
Deskripsi	: Sebagai media promosi untuk museum yang dibagikan kepada masyarakat berisikan informasi mengenai museum
Spesifikasi ukuran	: 15 x 24 cm
Material	: Artpaper 120 gr

Tiket



Jenis Media	: Tiket
Fungsi	: Media promosi dan pemasaran
Deskripsi	: Tanda masuk ke Museum Anak Kolong Tangga.
Spesifikasi ukuran	: 14,8 X 5,5 cm
Material	: Bc tic 210gr

Iklan cetak



Jenis Media	: Iklan majalah dan koran
Fungsi	: Media komunikasi
Deskripsi	: Salah satu media komunikasi dan promosi yang mempunyai fungsi untuk mempromosikan acara dan program yang ada di Museum Anak Kolong Tangga.
Spesifikasi ukuran	: Menyesuaikan
Material	: Kertas Koran atau menyesuaikan

Kendaraan



Jenis Media	: kendaraan museum
Fungsi	: Media promosi dan pemasaran
Deskripsi	: Kendaraan Museum Anak Kolong Tangga.

Souvenir & Kebutuhan toko museum





Enviromental Graphic Design (Indoor)



Enviromental Graphic Design (Outdoor)

Sekian & Terima Kasih

